

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**“Azərbaycanın ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətləri”  
mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**Əlili Aydan Nofəl**

**BAKI - 2020**

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

**BMDM-in direktoru**

**i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ **2020-ci il**

**“Azərbaycanın ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətləri”**  
**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**İxtisasın şifri və adı:** 060404 “İqtisadiyyat”

**İxtisaslaşma:** “Makroiqtisadi siyasət”

**Qrup:** 62

**Magistrant:**

**Əlili Aydan Nofəl qızı**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Elmi rəhbər:**

**i.e.d., prof. Quliyev Rövşən Rasim oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Proqram rəhbəri:**

**i.ü.f.d., dos. Hübətova Suqra İnqilab qızı**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Kafedra müdiri:**

**i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Bakı - 2020**

## **Elm andı**

Mən, Aydan Əlili Nofəl qızı and içirəm ki, “Azərbaycanın ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətləri” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

# “AZƏRBAYCANIN İXRAC POTENSIALININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ”

## XÜLASƏ

**Mövzunun aktuallığı:** Sovet dövründə müəssisənin ixrac potensialının əsasları qoyulmuşdu, lakin bu gün müəssisələrin ixrac potensialı zəif istifadə olunur.

İxrac potensialından səmərəli istifadə şirkətə beynəlxalq ticarətdə, beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakdan əlavə qazanc əldə etməyə imkan verəcəkdir. Satış bazarlarının genişlənməsi, xarici tərəfdaşlarla yeni ticarət və əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması məhsuldarlığın artmasına, istehsal və satışın artmasına və nəticədə qazancın olmasına təminat verəcəkdir.

Müasir iş şəraitində Azərbaycan müəssisələrinin ixrac imkanlarının inkişafı onların fəaliyyətinin prioritet sahələrindən biridir, çünki bu, yerli istehsalçılara keyfiyyətə yeni fəaliyyət səviyyəsinə çatmaq və fəaliyyətlərinin səmərəliliyini artırmaq imkanı verən ixrac məhsullarının istehsalı və onların uğurlu icrasıdır.

**Tədqiqatın məqsədləri:** Dissertasiyanın məqsədi ixrac potensialını artırmaq üçün çoxluq və transmilliləşmənin araşdırılmasıdır.

**Tədqiqat metodları:** Tədqiqat prosesində statistik təhlil, qruplaşdırma və müqayisə, elmi absurdluq, məntiqi və elmi ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Mövcud elmi ədəbiyyatdakı məlumatlar (Azərbaycan, Rus, Türk, Ukrayna, İngilis, Alman), dövrü nəşrlər, Dövlət Gömrük Komitəsi, Dövlət Statistika Komitəsi və İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, digər nazirlik və komitələr, beynəlxalq təşkilatların materialları və hesabatları, mühazirələr, monoqrafiyalar, elmi məqalələr və tədqiqat işləri.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** Elmi məlumatlar toplanmasında son illər haqqında məlumatın olmaması tədqiqat üçün məhdudiyyətlər yaratmışdır.

**Nəticələrin elmi və praktiki əhəmiyyəti:** Dissertasiya işi yerli və xarici iqtisadçıların iqtisadi nəzəriyyə, ixrac potensialı iqtisadiyyatı, strateji idarəetmə, maliyyə, Azərbaycan Respublikasının qanunvericilik və normativ aktları, fərmanlar, iqtisadi və maliyyə maarifləndirmə materiallarına dair işlərini əhatə etmişdir.

**Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr:** Problemin aktuallığı, nəzəri və metodoloji problemləri bu dissertasiya tədqiqatının aparılmasını və məqsəd və vəzifələrin qoyulmasını zəruri etdi.

**Açar sözlər:** ixrac, neft, çoxluq, transmillizasiya

# **“DIRECTIONS FOR INCREASING EXPORT POTENTIAL OF AZERBAIJAN”**

## **SUMMARY**

**The urgency of the topic:** During the Soviet era, the foundations for the export potential of the enterprise were laid down, but today the export potential of the enterprises is poorly utilized.

**The main export potential of the Soviet enterprise is set, the export potential of these enterprises is poorly used.**

**As a company that benefits from its export potential, it will be given the opportunity to participate in international trade, international affairs and earn extra income. Expansion of sales markets, establishment of new trade and relations with foreign trade partners will ensure the growth and development of production, production and sales of products.**

**Facilitates the development and growth of Azerbaijani enterprises in modern times.**

**Research Objectives:** The aim of the dissertation is to investigate clustering and transnationalization to increase export potential.

**Research methods:** Methods of statistical analysis, grouping and comparison, scientific absurdity, logical and scientific generalization were used in the research process.

**Research Database:** Information in the existing scientific literature (Azerbaijan, Russian, Turkish, Ukrainian, English, German), periodicals, State Customs Committee, State Statistical Committee and Ministry of Economic Development, other ministries and committees, materials and reports of international organizations, lectures, monographs, scientific articles and research work.

**Research Limitations:** Lack of information about recent years in the collection of scientific data has created limitations for research.

**Results of the research:** The urgency, theoretical and methodological problems of the problem made it necessary to carry out this dissertation research and set goals and objectives.

**The scientific and practical significance of the results:** The dissertation's work covered the work of domestic and foreign economists on economic theory, export potential economics, strategic management, finance, legislative and regulatory acts of the Republic of Azerbaijan, decrees, economic and financial education materials.

**Key words:** export, oil, clustering, transnationalization

## **İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR**

<b>ABŞ</b>	Amerika Birləşmiş Ştatları
<b>ARDNŞ</b>	Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkəti
<b>SDV</b>	Sərbəst Dönərli Valyuta
<b>TMK</b>	Transmilli Korperasiyalar
<b>ÜDM</b>	Ümumi Daxili Məhsul
<b>ÜTT</b>	Ümumdünya Ticarət Təşkilatı

## MÜNDƏRİCAT

<b>GİRİŞ.....</b>	<b>8</b>
<b>I FƏSİL. İXRAC POTENSİALININ İNKİŞAFININ NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI.....</b>	<b>13</b>
1.1. İxrac potensialının formalaşması və həyata keçirilməsinin nəzəri əsasları .....	13
1.2. İxrac potensialının inkişafının idarə edilməsi .....	18
1.3. İxrac potensialının qiymətləndirilməsinin mahiyyəti və meyarları .....	22
<b>II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA İXRAC POTENSİALINDAN İSTİFADƏNİN MÖVCUD DURUMU .....</b>	<b>27</b>
2.1. Azərbaycanda ixrac potensialından istifadənin ixrac əməliyyatlarını xarakterizə edən göstəricilərinin müqayisəli təhlili və onun qiymətləndirilməsi ...	27
2.2. Azərbaycanda ixrac potensialının strateji inkişaf istiqamətlərinin təhlili.....	37
<b>III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA İXRAC POTENSİALININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ: KLASTERLƏŞMƏ VƏ TRANSMİLLİŞMƏ .....</b>	<b>42</b>
3.1. Azərbaycanda ixrac potensialının genişləndirilməsində klasterlərinin rolu ....	42
3.2. Azərbaycanda ixrac potensialının strukturunun təkmilləşdirilməsinə transmilliləşmənin təsirləri .....	56
<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR .....</b>	<b>64</b>
<b>İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....</b>	<b>66</b>
ƏLAVƏLƏR.....	69
Cədvəllərin siyahısı .....	82
Sxemlərin siyahısı .....	83
Şəkillər Siyahısı.....	83

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Sovetlər dövründə müəssisənin ixrac potensialı üçün mühüm əsaslar qoyulmuşdu, lakin bu gün müəssisələrin ixrac potensialından çox zəif istifadə edilir. Bu gün daxili ixracda bir sıra meyillər var: xammalın inkişafı imkanları artıq tükəndi; maşınqayırma müəssisələri öz ixrac potensialından kifayət qədər istifadə etmir və inkişaf etdirmir; ÜTT standartlarına cavab verən sənayenin ixrac yönümlü sektorunda sənayenin inkişafını stimullaşdıran effektiv mexanizm yoxdur.

İxrac potensialından səmərəli istifadə şirkətə beynəlxalq ticarətdə, beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakdan əlavə qazanc əldə etməyə imkan verəcəkdir. Satış bazarlarının genişlənməsi, xarici tərəfdaşlarla yeni ticarət və əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması məhsuldarlığın artmasına, istehsal və satışın artmasına və nəticədə qazancın olmasına təminat verəcəkdir.

Müasir iş şəraitində Azərbaycan müəssisələrinin ixrac imkanlarının inkişafı onların fəaliyyətinin prioritet sahələrindən biridir, çünki bu, yerli istehsalçılara keyfiyyətə yeni fəaliyyət səviyyəsinə çatmaq və fəaliyyətlərinin səmərəliliyini artırmaq imkanı verən ixrac məhsullarının istehsalı və onların uğurlu icrasıdır.

Beləliklə, Azərbaycanın ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətləri olan malikdir.

İxrac potensialının inkişafı Azərbaycan müəssisələrinin fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasında strateji rol oynayır və mikroiqtsadi subyektlərin mövcud və potensial rəqabət üstünlüklərinin artırılması vasitəsinə çevrilir.

Dissertasiya tədqiqatının aktuallığı, Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialının öyrənilməsi və onun inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi, Azərbaycan müəssisələrinin məcmu iqtisadi potensialının formalaşmasında ixracatın roluna obyektiv qiymət verməyə, tədbirlərin həyata keçirilməsi zamanı daxili və xarici bazarlarda müəssisənin səmərəliliyinin artım dinamikasını, istiqamətlərini və dərəcəsini qiymətləndirməyə imkan verməsi ilə əlaqədardır.

İxrac potensialının yüksəldilməsi Azərbaycan müəssisələrinin istehsal və təsərrüfat fəaliyyətinin, o cümlədən xarici və daxili iqtisadi fəaliyyətinin bütün



aspektlərini əhatə edən iş prosesləri sisteminin təkmilləşdirilməsinə əsaslanan kompleks bir prosesdir. Bununla əlaqədar olaraq, ixrac potensialının inkişaf prosesinin hərtərəfli öyrənilməsi xarici və yerli alimlərin və praktikantların iqtisadi elmin müxtəlif sahələrində tədqiqatlarına əsaslanır.

Müasir iqtisadi elmlərdə, makro və mezo səviyyələrində ixrac potensialının formalaşması və həyata keçirilməsinin idarə edilməsi üçün metodoloji əsaslar hazırlanmışdır.

Problemin aktuallığı, nəzəri və metodik işlənməməsi bu dissertasiya tədqiqatının həyata keçirilməsini zəruri etdi, məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirdi.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi:** Yerli iqtisadi elmlərin klassiklərinin işi iqtisadi sistemlərin səmərəliliyinin öyrənilməsinə həsr edilmişdir: Şəkərəliyev A. Şəkərəliyev, Q. Sultanov, C. Hacıyev, F.Ş. Əliyev, A. Vəliyev, T.C. Babayev, Ə.P. Meybullayev, M.X. Əlirzayev, Ə.H. və başqalarının yazılarında daha da inkişaf etdirilmişdir.

Ölkələr arasında xarici ticarətin səmərəliliyinin öyrənilməsinin nəzəri əsasları klassiklərin - 17-18-ci əsrin iqtisadçıları D. Ricardo, B. Olin, V. Petty, A. Smith, E. Heckscher və başqalarının yazılarında təsbit edilmişdir. Müasir iqtisadi elmdə bu sahədəki inkişafı davam etdirilmişdir, məsələn, A. Буров, С. Долгов, И. Кретов, Е. Кочетов, О. Матвеева, Т. Миролубова, О. Петрунин, В. Покровская, Л. Стровский, Т. Терешко, Г. Шагалов və başqaları.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:** Dissertasiya işinin məqsədi ixrac potensialını yüksəlməsi üçün klasterləşmə və transmilliləşməni araşdırmaqdır.

Qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələr müəyyən olunmuşdur:

- “Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialı” kateqoriyasının mahiyyətini və məzmununu araşdırmaq;
- ixrac potensialının struktur elementlərini müəyyənləşdirmək, müəssisələrin iqtisadi potensialı sistemində yerini müəyyənləşdirmək;

- müasir iqtisadi şəraitdə müəssisələrin ixrac potensialının formalaşması və həyata keçirilməsi prosesinin məzmununu göstərmək, onun yüksəldilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirmək;
- inkişaf idarəetmə sistemini, proses və dizayn yanaşmaları çərçivəsində müəssisələrin ixrac potensialını araşdırmaq;
- müəssisələrin ixrac potensialının yüksəldilməsi üçün ehtiyatların qiymətləndirilməsinə metodoloji bir yanaşma təyin etmək;
- müasir iqtisadi şəraitdə ixrac potensialının yüksəldilməsinin Azərbaycan müəssisələrinin fəaliyyətinə təsirinin qiymətləndirilməsi üçün göstəricilər sistemini müəyyənləşdirmək;
- yüksək texnoloji məhsullar istehsal edən Azərbaycan müəssisələrinin ixrac fəaliyyətlərində təklif olunan nəzəri və metodoloji tədqiqat nəticələrini sınaqdan keçirmək.

Məqsədin əldə edilməsi və qoyulan vəzifələrin həlli kompleks bir metodologiyanın istifadəsidir, burada aşağıdakı üsullar əlaqəli şəkildə istifadə olunmuşdur: nəzəriyyə (təhlil, müqayisə, sistemləşdirmə, təsnifat, ümumiləşdirmə); empirik (pedaqoji nəzarət, test, təhsil və təcrübə ümumiləşdirilməsi, pedaqoji təcrübə, psixologiya, ünsiyyət , təhsil səviyyəsi); sosioloji (ekspert araşdırması, sorğu).

**Tədqiqatın obyektı və predmeti:** Tədqiqatın obyektı ixrac yönümlü Azərbaycan müəssisələridir. Tədqiqatın predmeti isə ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətlərinin təhlili və inkişaf perspektivləri təşkil edir.

**Tədqiqatın metodları:** Tədqiqat işi bir neçə metodlarla həyata keçirilmişdir, bunlardan birincisi təhlil metodudur. İkinci metod müqayisəli üsuldur. Bu metod vasitəsilə sonda analiz edilən tədqiqat işləri və ədəbiyyatlar qarşılaşdırılmışdır. Dissertasiyanın yazılmasında istifadə olunan digər metodlardan da istifadə olunmuşdur:

Başqa bir metod sintez metodudur. Əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu tədqiqat metodu təhlil metodu ilə

olduqca sıx bağlıdır, çünki həmişə fərdi analiz nəticələrini birləşdirən əsas element kimi mövcuddur.

Başqa bir metod formalaşdırma metodudur. Formalaşdırma metodunun mahiyyəti riyazi sxemlərdən, düsturlardan, simvollardan istifadə simvolik bir modelə köçürməkdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Dissertasiya işində araşdırılan mövzu iqtisadiyyat nəzəriyyə, ixrac potensialı iqtisadiyyatı, strateji idarəetmə, maliyyə, Azərbaycan Respublikasının qanunvericilik və normativ aktları, fərmanları, iqtisadiyyat və maliyyə nazirliklərinin tədris materialları ilə bağlı öyrənilmiş daxili və xarici iqtisadçıların işlərini əhatə etmişdir.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** İxrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətlərində klasterləşmə və transmilliləşmə üzrə məlumatların məhdudluğu.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi:** Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialının yüksəldilməsi üçün nəzəri və metodoloji əsasların işlənilib hazırlanması və müasir iqtisadi şəraitdə fəaliyyətlərinin yüksəldilməsinə təsirinin qiymətləndirilməsindən ibarətdir.

Elmi yenilik ilə xüsusi nəticələr aşağıdakılardır:

- ixrac potensialının tərifini aydınlaşdırdı;
- Azərbaycan müəssisələrinin iqtisadi potensialının quruluş elementləri sistemində yeri ayrılır;
- ixrac potensialının elementləri sistemi müəyyənləşdirilmiş və strukturlaşdırılmış, o cümlədən faktiki olaraq əldə edilmiş və reallaşdırılmamış ixrac potensialı mövcuddur, onların məzmunu əsaslandırılmışdır;
- istehsal olunmamış ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətləri iki element kontekstində qurulması təklif edilmişdir: klasterləşmə və transmilliləşmə;
- müəllif tərəfindən qurulmuş elementləri nəzərə alaraq Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialının formalaşması və reallaşdırılması prosesi üçün metodologiya hazırlanmışdır;
- onun inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilir;

- proses və dizayn yanaşmaları çərçivəsində Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialının inkişafı üçün idarəetmə sistemi təklif edilmişdir;

- Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialını inkişaf etdirmək üçün metodologiya hazırlanmışdır;

- ixrac potensialının yüksəldilməsi istiqamətlərini qiymətləndirmək üçün metodoloji yanaşma formalaşdırılmışdır;

- ixrac potensialının yüksəldilməsinin müasir iqtisadi şəraitdə Azərbaycan müəssisələrinin fəaliyyətinə təsirini qiymətləndirmək üçün göstəricilər sistemi təklif edilmişdir.

**Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti və tətbiq sahələri:** İxrac potensialının yüksəldilməsi və həyata keçirilməsi, eləcə də ali təhsil müəssisələrinin iqtisadiyyat ixtisasları üzrə tədris prosesində Azərbaycan müəssisələrində istifadəsi üçün nəticələr və təkliflər təklif olunur. Tədqiqata əsaslanan ixrac potensialının yüksəldilməsi üçün metodoloji və metodik göstərişlər və tövsiyələr bir sıra müəssisələrin təcrübəsinə əsaslanır.

Aparılan tədqiqat ixrac potensialının yüksəldilməsinə dair gələcək nəzəri və metodoloji inkişafı üçün əsas ola bilər.

# I FƏSİL. İXRAC POTENSİALININ İNKİŞAFININ NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI

## 1.1. İxrac potensialının formalaşması və həyata keçirilməsinin nəzəri əsasları

Qloballaşma və dünya iqtisadi əlaqələrinin genişlənməsi şəraitində, milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafının təmin edilməsində xarici iqtisadi fəaliyyətin müstəqil iştirakçıları olan müəssisələrdə formalaşan ixrac potensialı mühüm rol oynayır.

“Potensial” termini latınca *potensia* - güc mənşəlidir. Aşağıdakı tərif xarakterikdir: “Potensial bir problemi həll etmək, müəyyən bir məqsədə çatmaq üçün fərdin, cəmiyyətin, dövlətin müəyyən bir sahədə imkanları istifadə edilə bilən mənbələr, imkanlar, vasitələr, ehtiyatlardır.”

Bir müəssisənin “ixrac potensialı” iqtisadi kateqoriyası 90-cı illərin əvvəllərindən bəri elmi ədəbiyyatda nisbətən yaxın vaxtlarda nəzərdən keçirilmişdir. Müasir iqtisadi ədəbiyyatda ixrac potensialının qiymətləndirilməsində iki yanaşma mövcuddur: o ya özü, ya da müəssisənin xarici ticarət fəaliyyətinin bütün potensialı ilə qiymətləndirilir. Lakin, çox vaxt bu anlayışlar müəyyən edilir və ya “ixrac potensialı” anlayışı “xarici iqtisadi potensial” anlayışı ilə əvəz olunur. Vurğulanan məqam, müəssisənin qloballaşma və beynəlxalq iqtisadi əməkdaşlıq proseslərinə daha tam daxil edilməsinin vacibliyidir. Bununla yanaşı, xarici iqtisadi fəaliyyət potensialının göstəriciləri təyin edilərkən əsasən ixrac potensialını xarakterizə edən rəqəmlər görünür. Beləliklə, bir-biri ilə əlaqəli olsa da, ayrıca nəzərdən keçirməyi tələb edən iki iqtisadi kateqoriyanın qarışığı mövcuddur: “Xarici iqtisadi fəaliyyət potensialı” və “ixrac potensialı” anlayışlarını bir-birindən ayırmaq və ya onu xarici iqtisadi fəaliyyət potensialından ayırmaq məsləhətdir (Şəkəraliyev A., Şəkəraliyev Q., 2016: s.133).

Bəzi müəlliflər ixrac potensialını dövlətin, firmaların, müəssisələrin xarici bazarlara rəqabətqabiliyyətli məhsul və xidmətlər istehsal etmək və təmin etmək qabiliyyəti kimi şərh edirlər. Digər müəlliflər bunu potensial bir qabiliyyət,

müəyyən bir ölkənin mövcud və ya istehsal olunan resurslarını, məhsullarını ixrac etmək qabiliyyəti kimi təyin edirlər (Гусев Ю.В., 2002: s.125).

Mövcud yanaşmalara və araşdırmalara əsasən bu konsepsiyanın aşağıdakı tərifini verə bilərik. Müəssisələrin ixrac potensialı, istehsal, maliyyə, insan və bazar potensialının birləşməsi ilə müəyyən edilən bir müəssisənin endogen (daxili) və ekzogen (xarici) amillərin təsiri altında xarici bazarda ticarət fəaliyyətini həyata keçirmək qabiliyyətidir.

Ən tam tərifini Y.A. Savinov və A.Y. Migunov təklif etdi. Buna əsasən, ixrac potensialı, milli iqtisadiyyatın, onun sektorlarının, sənayelərinin, müəssisə və şirkətlərinin elm və elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinə əsaslanan müqayisəli milli üstünlüklərdən və yeni rəqabət üstünlüklərindən istifadə etməklə dünya bazarında rəqabətli mal və xidmətlər istehsal etmək qabiliyyətidir.

Beləliklə, ixrac potensialı təbii sərvətlər, kapital, nəqliyyat və rabitə resursları, texnologiyalar və əmək ehtiyatları da daxil olmaqla bütöv bir kompleksdir və rəqabət konsepsiyası və gələcək inkişaf perspektivləri ilə sıx bağlıdır.

Ölkənin ixrac potensialının araşdırıldığı ümumi göstəricilər olaraq bir-birindən ayırmaq olar:

- istehsalın səviyyəsi, həcmi və xarakteri, onun inkişaf tendensiyaları;
- ixracın dinamikası;
- real və obyektiv ixrac imkanları, onun genişlənməsi imkanları;
- qarşı tərəflərlə mövcud münasibətlərin səmərəliliyi;
- ixrac olunan məhsulların rəqabət qabiliyyəti və xarici bazarda tələbat;
- bütün məhsul növləri üçün işğal olunmuş bazar payı;
- daxili və xarici bazarın tutumu.

Elmi ədəbiyyatda ixrac potensialına təsir edən amillərin təsnifləşdirilməsinin müxtəlif yolları təklif olunur. Bu kimi amilləri vurğulamağın yollarından biri müəssisənin marketinq mühitinin obyektinə əsaslanır. Faktorların bir neçə qrupu var: şirkətin xüsusiyyətləri (ölçüsü, beynəlxalq sərəştəsi, beynəlxalq təcrübəyə

malik menecerlərin sayı və s.), məhsul, sənaye və ixrac bazarı; idarəetmənin psixoloji xüsusiyyətləri və üstünlükləri; hədəf bazar və segment seçimi.

İxrac potensialına təsir edən amilləri təhlil etmək üçün onlar da idarə olunan və müəssisə tərəfindən idarə olunmayan bölünür. İdarə olunan müəssisələrin ehtiyac duyduğu istiqamətdə dəyişə biləcəyi amillər hesab edilə bilər. İxrac potensialının yüksəldilməsi dövlət tərəfindən idarə olunan amillərinə müəssisələrin ixrac səmərəliliyini artırmaq üçün dövlətin dəyişə biləcəyi amillər daxildir.

Yalnız ayrı bir qurumun ixrac potensialının formalaşmasına təsir edən amilləri ayırd edə bilərik: həm də sənaye müəssisələri qrupları: adekvat insan resursları (xüsusən xarici dilləri bilmək, xarici iqtisadi fəaliyyətdə təhsil və s.); tədqiqat və inkişaf və innovasiya xərcləri; marketinq istiqaməti; məhsulun keyfiyyəti; tarif və qeyri-tarif maneələri; dövlət tərəfindən birbaşa ixrac subsidiyaları; milli valyutadakı dalğalanmalar; ixrac bazarlarının miqdarı və tutumu və s. (Sultanov C., 2008: s.45).

Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialına təsir edən amilləri anlamaq bizə ixrac potensialının formalaşması və reallaşdırılması üçün şərait yaradan şərtləri təsnif etməyə imkan verir: iqtisadi, siyasi və hüquqi, sosial-mədəni, texniki, ekoloji və iqlim.

Bu amilləri (onlara nəzarət dərəcəsinə əsasən) bölməyə təklif edirik: endogen - şirkətin fəaliyyəti, xarici iqtisadi marketinq strategiyası və idarəetmə xüsusiyyətləri ilə əlaqəli; ekzogen - daxili və ixrac bazarlarının siyasi, coğrafi, iqlim mühitinin xüsusiyyətlərini əhatə edir.

Azərbaycan müəssisələrinin ixrac potensialının məzmunu çox müxtəlif və çoxşaxəli olduğuna görə onun qiymətləndirilməsinə fərqli yanaşmalar mövcuddur.

İxrac potensialının analitik qiymətləndirmə üsulları müxtəlif meyarlara görə təsnif edilə bilər. Mürəkkəblik baxımından belə üsullar sadə kəmiyyət və mürəkkəb multifaktoriyaya bölünür.

İxrac potensialının ölçü vahidləri baxımından kəmiyyət və ekspert üsullarını ayırmaq olar. Kəmiyyət baxımından ölçü vahidi klassik ölçü vahididir: səhmlər,

ölçü vahidləri (manat, ABŞ dolları və s.), faizlər və s. mütəxəssis nöqtələrdəki bal sisteminə əsaslanır və bu məsələyə mütəxəssislərin cəlb edilməsini nəzərdə tutur.

Qiymətləndirmə mövzusu üçün, müəssisəsinə və bütövlükdə bir sənayenin müxtəlif səviyyələrdə öyrənilməsi imkanı olan təsirli metodlardan istifadə olunur.

Ən sadə və ən geniş metodlardan biri ixracı xarakterizə edən göstəricilər toplusunu hesablamaq və təhlil etməklə həyata keçirilən ixrac potensialını qiymətləndirmək üçün sadə kəmiyyət metodlarıdır.

Sadə ixrac qiymətləndirmə metodlarına əlavə olaraq, ixracın strukturunu qiymətləndirməyə və onun ixtisaslaşmasını daha dəqiq müəyyən etməyə imkan verən daha geniş metodlar mövcuddur (Hacıyev F.Ş., 2017: s.50).

Müxtəlif göstəricilərin və tədqiqat mövzusunun bir sıra spesifikliyi, araşdırılan obyektin mahiyyətini dəqiq şəkildə əks etdirməyə imkan verən müəssisənin ixrac potensialının qiymətləndirilməsi üçün ümumiləşdirilmiş göstəricinin hesablanması üçün riyazi metodologiyayı seçmək vəzifəsini düzgün qarşımıza qoydu.

Obyektin ümumiləşdirilmiş xüsusiyyətlərini (müəssisənin ixrac potensialını) hesablamaq üçün istifadə olunan düstur kimi həndəsi orta dəyər üçün düsturdan istifadə edilə bilər.

18-ci əsrin ikinci yarısında A. Smit mütləq üstünlüklər modelini təklif etdi və buna görə ölkə mütləq üstünlüyə malik olan məhsullarını ixrac edir, yəni onları ən aşağı qiymətə istehsal edir və istehsalında üstünlük verdiyi mallar idxal edir.

Bundan əlavə, model əməyin istehsalın yeganə amil olduğunu güman edir, müvafiq olaraq mütləq maya dəyəri bir ölkənin başqa bir ölkəyə nisbətən hansısa məhsul istehsal etməsi üçün daha az vaxt tələb etməsi deməkdir. Eyni zamanda, A. Smit, bütün əmək ehtiyatlarının mal istehsalında iştirak etdiyi, yəni tam məşğulluğun olduğu aksioma üçün alınır; yalnız iki mal mübadiləsi aparılaraq ticarətdə iki ölkə iştirak edir; istehsal xərcləri bütün müddət ərzində sabit qalır; bir məhsulun qiyməti digərinin istehsalına xərclənən əmək miqdarında ifadə olunur; malların daşınması ilə əlaqədar nəqliyyat xərcləri yoxdur və xarici ticarət pulsuz, məhdudiyyətsiz və tənzimlənməzdir.



Lakin, mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsində bir sıra güclü cəhətlərin olmasına baxmayaraq, bu kimi mütləq üstünlüklərə malik olmadıqları təqdirdə ölkələr arasında ticarətin niyə baş verdiyi sualına cavab vermir (Бабак Л.М., Веретеникова О.А., Осипов В.А., 2016: s.1011).

Daha sonra D. Rikardo bir çox cəhətdən eyni fərziyyələrə əsaslanaraq, A.Smitin nəzəriyyəsini inkişaf etdirir və müqayisəli üstünlüklər modelini qurur. Bu məqsədlə alternativ qiymət anlayışını - daxili bazarda bir məhsul vahidini istehsal etmək üçün lazım olan iş vaxtını ifadə edir.

Beləliklə, birinci ölkə ikinci ölkədən daha ucuz qiymətə 1 məhsul istehsal edə bilər ki, bu da D. Rikardonun sözlərinə görə, ixracda ixtisaslaşacaqdır.

Nəzəriyyə, məsələn, ticarət üçün ciddi bir maneə ola biləcək nəqliyyat xərcləri nəzərə alınmadan, eyni zamanda istehsalın yalnız bir amilinin - əmək və s. nəzərə alınmadan mücərrəddir. Ancaq uzun müddət elmə güclü təsir göstərən aparıcı nəzəriyyə olaraq qalmışdır.

Əhəmiyyətli dərəcədə daha sonra alimlər müqayisəli üstünlüklər modelinə əsaslanaraq istehsal amillərinin mövcudluğunun fərqliliyi ilə beynəlxalq ticarəti izah etməyə başladılar: amil intensivliyi və amil doyma anlayışları tətbiq olundu və Heckscher-Olin teoremi məlum oldu.

Onun sözlərinə görə, "hər bir ölkə istehsalı üçün nisbətən həddindən artıq istehsal amillərinə malik olan amillərə ehtiyacı olan məhsullar ixrac edir və istehsalı üçün istehsal amillərinin nisbətən çatışmazlığı yaşadığı malları idxal edir."

Bununla birlikdə, iqtisadi artım və müsbət təsir baxımından ixracat üçün daha sərfəli olan məhsul kateqoriyalarının nə dərəcədə real iqtisadiyyatda dəqiq müəyyənləşdirildiyi hələ də məlum deyil. Bu baxımdan, hazırda ön plana çıxan işlər görülür, burada ölkənin ixrac potensialını qiymətləndirmək və mövcud ixrac bazasını nəzərə alaraq perspektivli məhsulların müəyyənləşdirilməsi təklif olunur.

## **1.2. İxrac potensialının inkişafının idarə edilməsi**

Dünya iqtisadi sistemi subyektlərinin müasir inkişafı mal və xidmətlər bazarlarının qloballaşması şəraitində baş verir. Buna görə ölkənin istehsal və ərzaq amillərinin beynəlxalq hərəkətində iştirakı onun iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsinin göstəricisidir. Ölkənin yaratdığı ixrac axını, öz növbəsində, müəssisələrin ixrac potensialından asılıdır. Məhsulların ixrac potensialını təmin etmək üçün, davamlı iqtisadi inkişafın təmin olunması üçün nəqliyyat əlçatanlığını təmin etmək, infrastruktur məhdudiyyətlərini aradan qaldırmaq, enerji təchizatı, mühəndislik infrastrukturunu və sosial inkişafı yaxşılaşdırmaq üçün tərəfdaş ölkələrin iqtisadi zonalarına və onların birgə dövlətlərarası birliklərinə inteqrasiya etmək lazımdır (Барышева Е.А., 2013: s.32).

Ölkələr ixrac potensialının inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmaq baxımından iqtisadiyyatın islahat təkliflərini hazırlayır. Bu problemin həlli iqtisadi islahatların ortaq və ara məqsədlərinə çatmaq və həyata keçirmək üçün açaqdır. Ölkənin ixrac potensialını müəyyən edən ən vacib amil ölkədə müqayisəli üstünlüklərin olmasıdır. Əgər erkən mərhələlərdə torpaq, əmək, kapital kimi istehsal amilləri önə çıxmışdısa, hazırkı inkişaf mərhələsində həlledici rol ölkənin çatışmayan amillərin inkişafını stimullaşdıran iqtisadi inkişaf üçün lazımi şərait yarada bilər.

İxrac potensialının inkişafı iqtisadi inkişafın indiki mərhələsində son dərəcə vacib və aktual bir prosesdir. Bu gün Azərbaycan ixracatı ölkə iqtisadiyyatının böyük bir sektorudur və onun vasitəsilə ölkənin ÜDM-nin 2/5-i satılır. İxracın inkişafı Azərbaycan üçün vacib olan malların idxalı və xarici borcun ödənilməsi üçün valyuta ehtiyatlarının artmasını təmin edəcəkdir.

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə olunması nəzəriyyəsinin formalaşması və genezisi beynəlxalq rəqabət üstünlüklərinin formalaşması şərtləri və mexanizmlərinin mürəkkəbləşməsi əsasında ümumi idarəetmə nəzəriyyəsinin fərqləndirmə prosesləri ilə əlaqələndirilir. Müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə edilməsinin mahiyyətini və vəzifələrini nəzərə alaraq alimlər bu idarəetmə növünün spesifikliyi, müəssisənin resurslarının (kapitalının və ya

aktivlərinin) idarə edilməsi ilə eyniləşdirilməsinin səhvliliyi və səviyyəsinə təsir etmək üçün konkret texnika, metod və texnologiyaların istifadəsi barədə yekdil fikirdədirlər. Lakin müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə edilməsində fərqin nə olduğunu tam əsaslandırmaqda kifayət qədər geniş rəy mövcuddur (Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. 2015: с.128).

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə edilməsinin nəzəri əsaslarının inkişaf vəziyyətinin təhlili onu formalaşma mərhələsindəki və gələcək inkişafa ehtiyac duyduğunu müəyyən etməyə imkan verir (Корнейко О.В., 2015: с.123).

M. Sedlakın fikrincə, idarəetmə prosesi bir müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarə etmək nəzəriyyəsinin təməl daşdır və idarəetmə prosesi haqqında bilikləri aşağıdakı qruplara bölmək məqsədəuyğundur.

- 1) idarəetmə prosesinin məzmununu müəyyən edən bilik;
- 2) idarəetmə prosesinin təkmilləşdirilməsi vasitəsi olan bilik;
- 3) idarəetmə problemlərinin həllində əsas mənbəyi olan bilik;
- 4) idarəetmə prosesinin həyata keçirilməsi zamanı ortaya çıxan biliklər.

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarəetmə prosesinin quruluşu hər biri həm muxtar, həm də sistem rejimində mövcud ola biləcək ardıcıl hərəkətlərdən (addımlardan) ibarətdir. Sistem rejimində müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarə etmək üçün prosesin əsas elementləri (mərhələləri) bunlardır: strateji monitorinq (strateji müşahidə), strateji təhlil (diaqnostika və proqnozlaşdırma), strateji dizayn (proqramlaşdırma və planlaşdırma), strateji dəyişikliklər (dəyişikliklər və həyata keçirmə) və strateji nəzarət (dəyişikliklərin effektivliyinin təhlili və qiymətləndirilməsi).

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarə etmək üçün nəzəri əsasın vacib bir komponenti onun prinsipləridir. Müasir ədəbiyyatda bir müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarəetmə prinsiplərinin davamlı siyahısı yoxdur və onların təsnifatına müxtəlif yanaşmalardan istifadə olunur.

Bu sahədə mövcud elmi geriliyin öyrənilməsi və ümumiləşdirilməsi müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarəetmə sistemini və spesifik prinsiplərini vurğulayaraq öz təsnifatımızı təklif etməyə imkan verdi.

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə edilməsinin ən vacib sistem prinsiplərinə aşağıdakılar daxildir:

1) ümumi idarəetmə sistemi ilə bu idarəetmə növünün üzvi birləşməsini zəruri edən inteqrasiya prinsipi;

2) hər biri birbaşa və ya dolayı yolla müəssisənin ixrac potensialının inkişafının son nəticəsinə təsir edən qarşılıqlı əlaqəli idarəetmə qərarlarının işlənilib hazırlanmasını təmin edən əhatəlilik prinsipi;

3) müəssisənin ixrac potensialının formalaşması və inkişafı üçün daxili və xarici şərtləri nəzərə almağı özündə ehtiva edən adekvatlıq prinsipi;

4) ixrac fəaliyyətinin tənzimlənməsinin milli və beynəlxalq rejimlərinə və müəssisənin ixrac potensialının inkişaf etdirilməsinə ehtiyac olan uyğunlaşma prinsipi;

5) mahiyyəti müəssisənin ixrac potensialından maksimum mümkün səviyyədə istifadə olunan və onun çoxalma risklərini minimuma endirən səmərəlilik prinsipidir.

Müəssisənin ixrac potensialının inkişafının idarə edilməsinin ən vacib spesifik prinsiplərinə aşağıdakılar daxildir:

1) müəssisənin ixrac potensialının inkişafının strateji kontekstinin nəzərə alınmasını tələb edən strategiya (qətiyyət) prinsipi;

2) əhəmiyyətinin və müəssisənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsinə təsir dərəcəsi nəzərə alınmaqla müəssisənin ixrac potensialının inkişafı problemlərinin həllini təmin edən ardıcılıq prinsipi;

3) vaxtında idarəetmə qərarlarının hazırlanmasında və icrasında ekoloji dəyişikliklərə tez reaksiya verilməsini təmin edən səmərəlilik prinsipi;

4) idarəetmə prosesinin müəyyən mərhələlərində məzmunun və idarəetmə metodlarının daxili və xarici mühitdəki dəyişikliklərə effektiv uyğunlaşması məqsədi ilə tənzimlənməsini təmin edən çeviklik (dəyişkənlik) prinsipi.

Bu prinsiplər müəssisənin ixrac potensialının inkişafını idarəetmə prosesinin funksional təsvirinin əsasını təşkil edir (Мосейко В.О., Азмина Ю.М., 2012: s.63).

Müasir dövrdə Azərbaycan, əksər yerli istehsal sektorlarının rəqabət qabiliyyətinin olmaması səbəbindən beynəlxalq birjada xammal tədarükçüsü və hazır məhsulların istehlakçısı kimi çıxış edir.

İstənilən müəssisə ixrac potensialını iki istiqamətdə inkişaf etdirə bilər:

- Əmtəə istiqaməti. Bu vəziyyətdə ya istehsalda mövcud olan malların rəqabət qabiliyyətinin artırılması, ya da yenilərinin yaradılması və ixrac çeşidinin genişləndirilməsi haqqında.

- Coğrafi istiqamət. Bu, yeni bazarların kəşf edilməsi və ya artıq inkişaf etmiş bazarlarda məhsul satışının artması səbəbindən ixrac potensialının artmasını nəzərdə tutur.

Bununla əlaqədar müəssisənin ixrac potensialının dörd dəyişənini ayırmaq olar: mövcud mallar, yeni mallar, inkişaf etmiş bazarlar və perspektivli bazarlar. Bu dəyişənlərin birləşməsi bizə bir sənaye müəssisəsinin yerli ixrac potensialının inkişafının dörd sahəsini müəyyən etməyə imkan verir:

- inkişaf etmiş bazarda mövcud malların ixrac potensialı;
- perspektivli bazarda mövcud malların ixrac potensialı;
- inkişaf etmiş bazarda yeni bir məhsulun ixrac potensialı;
- perspektivli bazarda yeni bir məhsulun ixrac potensialı.

Müəyyən olunmuş sahələr əsasında yerli ixrac potensialının idarə edilməsi mexanizmi formalaşdırılır. İxrac potensialının idarə edilməsi mexanizmi bir-biri ilə əlaqəli iki mərhələdən ibarətdir: ixrac potensialının formalaşması mərhələsi və ixrac potensialından istifadə mərhələsi. İxrac potensialının inkişaf istiqaməti “İnkişaf etmiş bazar mövcud məhsuldur” yalnız ikinci mərhələdə idarəetməni nəzərdə tutur, çünki bu halda ixrac potensialı artıq formalaşmışdır. Digər sahələrdə idarəetmə iki mərhələdə aparılır (Сухих Д.Г., Кац В.М., 2015: s.62).

Yerli ixrac potensialının idarə edilməsi mexanizmi aşağıdakı prosedurları əhatə edir:

1. İxrac bazarının növünün müəssisənin daxili sənədləri əsasında müəyyənləşdirilməsi (inkişaf etmiş və ya perspektivli).

2. İxrac olunan malların (mövcud və ya yeni) növünün müəyyənləşdirilməsi.

Müəssisənin bir sistem olaraq açıq olması onun ixrac potensialını xarici bazarın xüsusiyyətlərindən çox asılı vəziyyətə gətirir. Bu meyara görə, müəssisənin ixrac potensialının inkışafının idarə edilməsi “müəssisə - hədəf xarici bazar” sisteminin idarə edilməsi kimi strateji məzmun qazanır, bu sistemdə xarici bazarın parametrləri müəssisənin ixrac potensialının və hər şeydən əvvəl onun istehsal və idarəetmə komponentinin formalaşması mərkəzinə çevrilir. Qeyd etmək lazımdır ki, “hədəf mənbələri” (beynəlxalq marketinq, beynəlxalq əməliyyat, maliyyə və innovativ menecment) müəssisənin ixrac potensialının inkışafında idarəetmə baxımından xüsusi əhəmiyyətə malikdir.

Beləliklə, müəssisənin ixrac potensialının inkışafını idarəetmə prosesinin təklif olunan modeli idarəetmənin nəticələrinin izlənməsi, təhlili, məqsəd qoyulması, dizaynı, planlaşdırılması və nəzarətinin məzmunu, əlaqələri və mərhələlərin (alt proseslərin) ardıcılığını əks etdirir.

### **1.3. İxrac potensialının qiymətləndirilməsinin mahiyyəti və meyarları**

Səmərəli şəkildə idarə edən və inkışaf etdirən ixrac potensialına sahib olan müəssisələr, yüksək rəqabətli qloballaşan dünya bazarında müasir iş şəraitində daha sabit və rəqabətli olacaqdır. İxrac potensialından səmərəli istifadə şirkətə beynəlxalq ticarətdə, beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakdan əlavə qazanc əldə etməyə imkan verəcəkdir. Satış bazarlarının genişlənməsi, xarici tərəfdaşlarla yeni ticarət və əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması məhsuldarlığın artmasına, istehsal və satışın artmasına və nəticədə qazancın olmasına təminat verəcəkdir.

İxrac potensialının formalaşmasına və inkışafına kifayət qədər diqqət yetirilmir, istehsal, daxili iqtisadi və idxal fəaliyyətləri ilə eyni vaxtda, makro, mezo və mikro səviyyələrdə xarici iqtisadi fəaliyyət sistemində baş verən keyfiyyət

dəyişiklikləri ilə əlaqələndirilmədən onun parçalanması hiss olunur (Sultanov C., 2008: s.34).

Müəssisənin ixrac potensialı təcrid olunmuş vəziyyətdə fəaliyyət göstərmir, bağlanır, müxtəlif səviyyələrdə iqtisadi sistemlərin potensialının qarşılıqlı əlaqəsi prosesi var: milli iqtisadiyyat, sənaye, bölgə, müəssisə. Sənaye müəssisələrinin, tikinti müəssisələrinin ixrac potensialı digər səviyyələrin ixrac potensialından ayrıca inkişaf edə bilməz: sənaye, bölgə, bütövlükdə xalq təsərrüfatı.

İxrac potensialının əsas məqsədi sənaye və sənaye müəssisələrini inkişaf etdirmək, istehsalın intensivləşdirilməsidir.

Müəssisənin ixrac potensialını müəyyənləşdirmək üçün müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Onların bir çoxu köhnəlmişdir və müəssisələr qloballaşan iqtisadi məkanda ÜTT norma və tələblərinə uyğun fəaliyyət göstərdikdə müasir iqtisadi şərtlərə uyğun gəlmir. Müəssisənin ixrac potensialının müəyyənləşdirilməsi, qiymətləndirilməsi və idarəetmə metodlarının işlənməsi üçün hərtərəfli metodologiya mövcud deyil. Mühüm bir məqam, adekvat idarəetmə mexanizmlərinin inkişafı və ÜTT şərtlərinə cavab verən müəssisənin ixrac potensialının inkişafıdır.

Mövcud yanaşmaların tənqidi təhlili, beynəlxalq əmək bölgüsü və beynəlxalq ticarət və sənaye münasibətlərinin cari inkişafının təhlili və öz ixtiraları əsasında müəssisənin ixrac potensialı anlayışının tərifini təklif oluna bilər.

Müəssisənin ixrac potensialına əsasən istehsal və iqtisadi imkanlarına əsasən müəssisənin istehsal olunan məhsulları xaricə satmaq, birbaşa xarici sərmayə cəlb etmək və beynəlxalq əməkdaşlıq və sənaye proseslərində iştirak etmək qabiliyyəti başa düşülür.

Beləliklə, iqtisadi fəaliyyətin həyata keçirilməsinin müasir xüsusiyyətləri, o cümlədən məhsulların birbaşa tədarükünə deyil, ixrac potensialının effektiv inkişafı üçün müəssisələrin beynəlxalq əməkdaşlıq proseslərində iştirakına olan ehtiyac nəzərə alınmışdır.

Müəssisənin ixrac potensialı kimi mürəkkəb iqtisadi obyektin idarə edərəkən, təsiri həm xarici mühitin müəssisəyə, həm də müəssisənin daxili vəziyyətinə təsir

edən makro, mezo- və mikro səviyyənin ixrac potensialının ən müxtəlif göstəricilərini nəzərə almaq lazımdır (Sultanov C., 2008: s.34).

Müəssisələrin ixrac potensialına təsir edən bir sıra amillər var:

- sənaye müəssisələrinin ixrac potensialına təsir edən ümumi xarici amillər (elmi-texniki tərəqqi, siyasi amillər, dünya bazarı şərtləri, dövlət tənzimlənməsi və beynəlxalq təşkilatlar);

- müəyyən bir müəssisənin ixrac potensialına birbaşa təsir edən amillər (istehlakçılar, rəqiblər, milli hökumətin tənzimlənməsi və milli ixracatçıların dəstəyi, idxal olunan komponentlər və komponentlərin tədarükçüləri, beynəlxalq sənaye əməkdaşlıq tərəfdaşları, infrastruktur);

- müəyyən bir sənaye müəssisəsinin ixrac potensialını formalaşdıran amillər (müasir idxal olunan avadanlıqların mövcudluğu, innovativ məhsulların mövcudluğu, beynəlxalq əməkdaşlıq və sənaye proseslərində iştirak).

İxrac potensialının modeli müasir bir müəssisənin ixrac potensialının strukturunu sxematik şəkildə təmsil etməyə, daxili komponentləri və artım ehtiyatlarını, ixrac potensialını müəyyən etməyə, ixrac potensialına təsir edən amilləri müəyyənləşdirməyə və müvafiq olaraq onları idarə etməyə imkan verir (Hacıyev F.Ş., 2017: s.49).

Model müəssisələrin xüsusi ixrac potensialını nəzərə alır və sonuncunun ixrac potensialının qiymətləndirilməsi üçün iqtisadi metodologiyanın hazırlanması əsasdır.

Müəssisələrin ixrac potensialının inkişafını qiymətləndirmə metodologiyasının mahiyyəti, müəyyən bir müəssisə üçün əsas hədəf göstəricilərinin müəyyənləşdirilməsi ilə müəssisənin ixrac potensialının elementar quruluşunu müəyyən etmək və göstərici göstəriciləri sistemini inkişaf etdirməkdir.

Təklif olunan iqtisadi metodologiya ixrac potensialının bütün komponentlərini əhatə edir və hədəf göstəriciləri, müəssisələrin ixrac potensialının inkişaf göstəricilərini vurğulamağa imkan verir.

Müəssisələrin ixrac potensialının elementar quruluşunda aşağıdakı komponentlər müəyyən edilmişdir: istehsal potensialı, maliyyə potensialı, əmək



potensialı, ixrac imkanları, bazar potensialı, ixrac rəqabət qabiliyyəti, infrastruktur, beynəlxalq sənaye kooperasiyasında iştirak.

Mövcud metodlardan fərqli olaraq, təklif olunan metodologiyanın tərkibi klassik istehsal və maliyyə üsullarına əlavə olaraq müəssisələrə xas olan aşağıdakı göstəriciləri əlavə edir:

- idxal olunan və unikal innovativ avadanlıqların əsas fondlardakı payı;
- Ar-Ge və ixrac istehsalının inkişafı üçün alınan dövlət subsidiyalarının miqdarı;
- müəssisə məhsullarının ixrac tədarükünün dövlət sığortası miqdarı;
- ixrac olunan məhsulların gömrük bəyannaməsində iştirak edən rəhbər vəzifəli şəxslərin işçilərin ümumi sayında payı;
- idxal olunan yüksək keyfiyyətli komponent və komponentlərin son məhsulda payı;
- gömrük ittifaqının tələblərinə uyğunluq nişanı olan məhsulların nisbəti;
- məhsulların payı dövlət zəmanəti və ixrac tədarükünün sığortası;
- gömrük ödənişlərinin əlavə tutulmasına və ya inzibati xəta haqqında işlərin başlanmasına səbəb olan gömrük bəyannamələrində olan kritik səhvlərin sayı;
- gömrük rəsmiləşdirilməsi müddəti;
- məhsul istehsalında beynəlxalq əməkdaşlıq səviyyəsi;
- gömrük prosedurlarına uyğun tərtib edilmiş gömrük bəyannamələrinin sayı;
- xarici tərəfdaşların, subpodratçıların və ya podratçıların sayı;
- gömrük prosedurlarına uyğun olaraq verilmiş;
- xarici tərəfdaşların, subpodratçıların və ya podratçıların sayı (Şəkərləyev A.Ş., 1999: s.41).

Həm də bir sıra mənbələrdə yerli müəssisələr üçün uyğunlaşdırılmış müəssisənin ixrac strategiyasının formalaşması və həyata keçirilməsi üçün bir model tapa bilərsiniz. Modelin mahiyyəti müəssisənin ixrac potensialını

qiymətləndirmək və ixrac fəaliyyətinə aid müəssisənin hədəf göstəricilərini qiymətləndirərək ixrac strategiyasının həyata keçirilməsinin effektivliyini izləməkdir. Bu model ixrac potensialının hərtərəfli qiymətləndirilməsinə imkan verir:

- müəssisənin vəziyyətini (istehsal, əmək, maliyyə potensialı) qiymətləndirmək;

- ixrac fəaliyyətinin səviyyəsini qiymətləndirmək.

Model, müxtəlif seçimlərə əsaslanan və müəyyən edilmiş meyarlara uyğun olaraq ixrac strategiyasının seçilməsini əhatə edir.

## II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA İXRAC POTENSİALINDAN İSTİFADƏNİN MÖVCUD DURUMU

### **2.1. Azərbaycanda ixrac potensialından istifadənin ixrac əməliyyatlarını xarakterizə edən göstəricilərinin müqayisəli təhlili və onun qiymətləndirilməsi**

Ayrı-ayrı yerli təşkilatların və bütövlükdə iqtisadiyyatın ixrac potensialının artırılmasında strateji rol ölkənin qızıl və valyuta ehtiyatlarının doldurulması, müsbət xarici ticarət balansının formalaşmasına töhfə vermək və Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqabət üstünlüklərinin və davamlı iqtisadi böyüməsinin artırılması və yaradılması üçün ilkin şərtlərin qoyulması problemlərini həll etməkdir. Bu baxımdan ən vacib problemlərdən biri həm ayrı-ayrı təşkilatların, həm də sənaye sahələrinin ixrac potensialının qiymətləndirilməsi və inkişafı problemidir.

Daim dəyişən bazar şəraitində, xarici ticarət əlaqələrinin genişlənməsi və beynəlxalq bazarlarda rəqabətin artması, ixrac potensialından səmərəli istifadə müəssisənin dayanıqlı inkişafına yönəlmiş yüksək keyfiyyətli idarəetmə qərarlarının hazırlanması və qəbul edilməsini təmin edəcəkdir (Sultanov C.,2008).

Əvvəla, ixrac fəaliyyəti valyuta mənfəətinin daxilolmasını təmin edir, bu da təkcə müəssisə üçün deyil, dövlət üçün də xeyirdir. Həm də ixrac istehsalın və məhsulun keyfiyyətinin texniki səviyyəsini yüksəltməklə rəqabət qabiliyyətini stimullaşdırır. İxrac fəaliyyəti resurs səmərəliliyinin artmasına təkan verir və işsizliyin azalmasına kömək edir.

İxrac, müxtəlif maraqlı qruplar: sahiblər, menecerlər, personal, rəqiblər və digərləri baxımından bir müəssisənin səmərəliliyini xarakterizə edən göstəricilərin yaxşılaşmasını təmin edir.

Müəssisənin ixrac potensialında onun həyata keçirilməsinə təsir göstərən əsas amilləri müəyyən etmək olar. Bunlar müəssisənin rəqabət qabiliyyətinə, ixrac olunan məhsulu əvvəlcədən müəyyən edilmiş həcmdə istehsal etmək qabiliyyətinə, ixrac çeşidlərinin istehsalına resurs dəstəyinin keyfiyyətinə və s. təsir göstərir.

Müəssisənin ixrac potensialının formalaşması və həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin artırılması prosesi aşağıdakı amillərlə xarakterizə olunur.

1. Material və komponentlərin, avadanlıqların, texnologiyaların idxalı. İdxal olunan komponentlərin sənayedə ixrac çeşidinin istehsal dəyərində payı 40% və ya daha çox ola bilər, çünki yerli istehsal xarici məhsullardan daha yavaş inkişaf edir.

2. Beynəlxalq əməkdaşlıq. Yerli məhsulların rəqabət qabiliyyəti səviyyəsi həmişə beynəlxalq tələblərə cavab vermir, buna görə müəssisələr əməkdaşlıq etməli və daha keyfiyyətli və ya oxşar idxal məhsulları istehsal etməlidirlər.

3. Azad iqtisadi zonalarda sahibkarlıq. Bu sahibkarlıq növü, şirkətə xarici bazara çıxmaq üçün məhsulun keyfiyyətini daim yaxşılaşdırmağa biləcək özü üçün optimal bir yer tapmağa imkan verəcəkdir.

4. Saxta. Müəssisədə bu cür məhsulların olması onun rəqabət qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır, buna görə də saxta məhsulların bazara çıxmasının qarşısını almaq lazımdır.

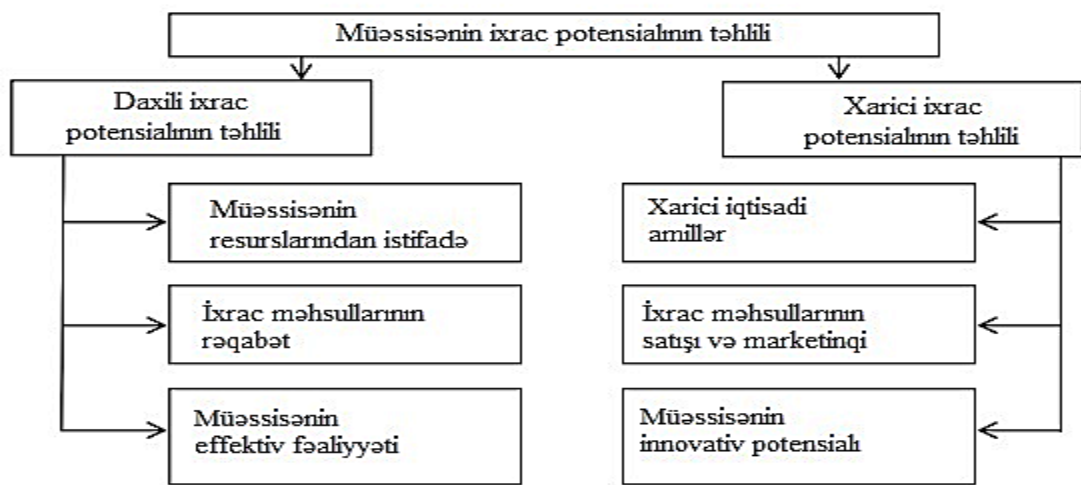
5. Mədəniyyətlərarası marketinq hazırda ixrac potensialının formalaşması, tətbiqi və inkişafı baxımından ən perspektivlidir. Bunun üçün müəssisələrin işgüzar əlaqələrinin, iqtisadi missiyaların və beynəlxalq sərqi tədbirlərinin birləşməsi lazımdır. Həm makro, həm də mikro səviyyədə həyata keçirilən bu sistemin idarə edilməsi, ixrac potensialının effektiv formalaşması və həyata keçirilməsini izləmək məqsədi ilə müəssisələri xarici bazarlara yönəltmək məqsədi daşıyır.

6. Dövlət tənzimlənməsi. Xüsusilə yeni başlayan ixracatçılar, kiçik və orta müəssisələr üçün ixrac fəaliyyəti, əhəmiyyətli risklərlə müşayiət olunan və maliyyə xərcləri tələb edən olduqca mürəkkəb bir iqtisadi prosesdir. Bununla birlikdə, milli ixracatın təşviqi bir çox hökumətin riayət etdiyi perspektivli sahələrdən biri olduğunu nəzərə alsaq, bu məqsəd üçün dövlət büdcəsindən əhəmiyyətli miqdarda vəsait ayırır: ixrac tədarükünə zəmanət vermək və sığortalamaq, ixrac yönümlü sənaye sahələrinə kredit vermək və s. sənaye və xammal ixracını güclü şəkildə dəstəkləyir.

Müəyyən olunmuş amillərlə yanaşı, müəssisənin ixrac potensialı aşağıdakı kimi inkişaf etdirilə bilər: əvvəlcə istehsalın və əqli mülkiyyət məhsullarının fiziki həcmnin artırılması və uzaq və yaxın xarici bazarlara çatdırılması; ikincisi, istehsal xərclərini və ixrac satışlarını azaltmaq, üçüncüsü, xaricdə satış və satış sonrası xidmət təşkil etmək (Бабак Л.М., Веретеникова О.А., Осипов В.А., 2016).

Müəssisənin ixrac potensialının formalaşması və həyata keçirilməsi bir çox ətraf mühit amillərinin və müəssisənin daxili vəziyyətinin təsiri altında daxili bazarda meydana gələn mürəkkəb və çoxşaxəli bir hadisədir.

**Sxem 1: Müəssisənin ixrac potensialının təhlili mərhələləri**



**Mənbə:** Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. (2015) Стратегический менеджмент.

Müəssisənin ixrac potensialı iki əsas hissədən ibarətdir: daxili potensial və xarici. Müəssisənin daxili ixrac potensialına ixrac üçün mal istehsalı üçün lazım olan ehtiyatların məcmusu daxildir. Bunlara təbii, əmək, maddi, maliyyə və informasiya ehtiyatları daxildir. Bununla birlikdə, ixrac fəaliyyətini müvəffəqiyyətlə aparmaq üçün bir müəssisənin bu və ya digər mənbələr birləşməsinə sahib olması kifayət deyil. Bu ehtiyatlardan məharətlə və səmərəli istifadə etmək, məhsulların rəqabət üstünlüklərini müəyyən edəcək istehsalın intensivləşdirilməsi imkanlarını müəyyənləşdirmək vacibdir.

Müəssisənin xarici ixrac potensialı rəqabətqabiliyyətli məhsulların satışı ilə əlaqələndirilir və müəssisənin marketinq, logistika və xidmət fəaliyyəti ilə təmin olunur. Xarici ixrac potensialı yüksək olduqda, məhsulları beynəlxalq bazarlarda satılmağa başladığı üçün müəssisələrin rəqabət qabiliyyəti səviyyəsi xeyli artır.

Müəssisənin daxili potensialının təhlili ixrac potensialının təhlilində ilk əsas addımdır. Resursları həm məcmu, həm də ətraflı şəkildə təhlil edərək müəssisənin ixrac əməliyyatları aparmaq qabiliyyətini müəyyənləşdirmək mümkündür. Yalnız daxili potensialın müvafiq səviyyəsi ilə müəssisənin xarici ixrac potensialını reallaşdırmaq mümkündür (Барышева Е.А., 2013: s. 33).

Müəssisənin daxili potensialının təhlili aşağıdakı kimi aparılır:

1. Resursların mövcudluğu və onlardan istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi. Əvvəlcə müəssisənin uzunmüddətli və cari aktivləri, eləcə də insan və maliyyə mənbələri təhlil edilir. Bu göstəricilərin qiymətləndirilməsinin nəticələrinə görə müəssisəyə məxsus istifadə olunmamış ehtiyatlar şəklində gizli ehtiyatları müəyyən etmək mümkündür.

2. İxrac məhsullarının rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi. Məhsulların rəqabət qabiliyyəti, onları təmin etmək xərcləri və alınan gəlirlər nəzərə alınmaqla, sosial ehtiyaclara uyğunluq baxımından rəqabət olunan məhsullardan fərqlənən istehlak xüsusiyyətlərinin məcmusu ilə müəyyən edilir. Məhsulun rəqabət qabiliyyətliliyinin ən vacib göstəriciləri bunlardır: texniki səviyyə və keyfiyyət, qaynaq intensivliyi və qiymət. Texniki göstəricilərə əsasən müəyyən bir məhsul növünə mənsub olduğuna dair qərar verə bilərsiniz. Bunlar həm də texniki və dizayn həllərini əks etdirən xüsusiyyətlərdir (texniki parametrlərin dəyişdirilməsi üçün sərhədləri müəyyən edən standartlar, normalar, qaydalar). Burada ixrac məhsullarının maya dəyəri və qiyməti haqqında məlumat əldə etməyə imkan verən göstəricilər, habelə ixrac məhsullarının keyfiyyətini müəyyən edən struktur göstəricilər var. İxrac potensialından istifadənin səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün mövcud yanaşmaların öyrənilməsi, nəticədə, göstəricilərin daxili səmərəliliyi xarakterizə etdiyi və ixrac potensialından istifadənin xarici səmərəliliyini nəzərə almamağımıza imkan verir; təqdim olunan göstərici sistemlərinə yalnız müəyyən göstəricilər daxildir, bu da bəzi hallarda fərqli istiqamətlərə sahib olduqları üçün ixrac potensialından istifadənin səmərəliliyinin birmənalı qiymətləndirilməsini mümkünsüz edir; yanaşmalar ümumi xarakter daşıyır və təşkilatların sənaye xüsusiyyətlərini nəzərə almır.

**Cədvəl 2: Azərbaycanda 2016-2018-ci illərdə əsas makroiqtisadi göstəricilər**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Ümumi daxili məhsul, milyon manat</b>	<b>60425,2</b>	<b>70337,8</b>	<b>79797,3</b>
Əhalinin gəlirləri, mlyn. manat	45395,1	49187,9	53688,6
Orta aylıq nominal əmək haqqı, manat	499,8	528,5	544,6
Dövlət büdcəsinin gəlirləri:			
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
mlyn. manat	17505,7	16516,7	22508,9
ümumi daxili məhsulda, faizlə	29,0	23,5	28,2
Dövlət büdcəsinin xərcləri:			
mlyn. manat	17751,3	17594,5	22731,6
ümumi daxili məhsulda, faizlə	29,4	25,0	28,5
Dövlət büdcəsinin kəsiri (-), profisiti:			
mlyn. manat	-245,6	-1077,8	-222,7
ümumi daxili məhsulda, faizlə	0,4	1,5	0,3
Əhalinin banklardakı əmanətləri (ilin sonuna) mlyn. manat	7448,7	7561,2	8375,4
Əhalinin sayı (ilin sonuna), mlyn. nəfər	9810,0	9898,1	9981,5
Əsas fondlar (ilin sonuna), mlyn. manat	169120,3	182788,5	193491,0
Kredit qoyuluşları (ilin sonuna), mlyn. manat	16444,6	11757,8	13020,3
İqtisadiyyata yönəldilən investisiyalar, mlyn. manat	22706,4	24462,5	25877,0
Cari hesab balansı, mlyn. ABŞ dolları	-1363,4	1684,6	6051,1

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> – 2019

Yuxarıda göstərilənlərə əsasən Azərbaycanda ixrac potensialından istifadənin effektivliyini qiymətləndirmək üçün xüsusi və ümumi göstəricilər sistemi əsasında daxili və xarici effektivliyin qiymətləndirilməsini, habelə

təşkilatın ixrac potensialından istifadənin səmərəliliyinin ayrılmaz bir göstəricisini müəyyənləşdirmək üçün mülkiyyət metodologiyası təklif edilmişdir.

Sovetlər İttifaqının dağılıqdan sonra postsovet məkanında yaranmış bütün yeni müstəqil dövlətlər kimi Azərbaycan da bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçidi bir məqsəd kimi müəyyən etdi. Belə ki, bu islahatların ilkin illərində iqtisadi sistemdə həyata keçirilən dəyişikliklər ardıcıl deyildi və əsasən sistemsiz şəkildə həyata keçirilirdi. Respublika iqtisadiyyatında həyata keçirilən mürəkkəb islahatlar prosesində 3 dövrü fərqləndirmək olar (Hacıyev F.Ş., 2017):

- I dövr 1991-ci ilin sonunda 1996-cı ilə qədər davam etmişdir;
- II dövr isə 1996-cı ildən 2003-cü ilə qədər olan dövrü əhatə edir;
- III dövr İlham Əliyevin Azərbaycan Respublikasının Prezidenti seçilməsi ilə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında yeni bir tarixi mərhələnin başlanılması ilə start götürmüşdür.

**Cədvəl 3: Əsas makroiqtisadi göstəricilərin indeksləri, əvvəlki ilə nisbətən, faizlə**

	2016	2017	2018
1	2	3	4
<b>Ümumi daxili məhsul</b>	<b>96,9</b>	<b>100,2</b>	<b>101,4</b>
Əhalinin gəlirləri	108,7	108,4	109,2
Orta aylıq nominal əmək haqqı	107,0	105,7	103,0
Dövlət büdcəsinin gəlirləri	100,0	94,4	136,3
Dövlət büdcəsinin xərcləri	99,8	99,1	129,2
Əhalinin banklardakı əmanətləri	78,6	101,5	110,8
1	2	3	4
İqtisadiyyata kredit qoyuluşları	75,7	71,5	110,7
Əhalinin sayı (ilin sonuna)	101,1	100,9	100,8
İstehlak qiymətləri indeksi	112,4	112,9	102,3
Sənaye məhsulları istehsalçılarının qiymət indeksi	127,5	136,8	126,0

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> - 2019



Ölkənin iqtisadi sosial həyatında müşahidə edilən yüksəliş 2005-2010-cü illərdə də davam edərək, ölkənin həm iqtisadi və həm də sosial sahələrində qazanılmış nailiyyətlərlə əlamətdar olmuş, bu proseslərə əyani nümayiş etdirən makroiqtisadi göstəricilər isə əvvəlki illə müqayisədə əhəmiyyət dərəcədə yaxşılaşmışdır.

Azərbaycan Respublikasının xarici ticarətinin ümumi vəziyyətini öyrənmək üçün aşağıdakı cədvəlin göstəriciləri ilə tanış olaq.

**Cədvəl 4: Xarici ticarət dövriyyəsinin dinamikası**

İllər	Milyon ABŞ dolları ilə				Əvvəlki ilə nisbətən faktiki qiymətlərlə, faizlə *)		
	ticarət dövriyyəsi	idxal	ixrac	saldo	ticarət dövriyyəsi	idxal	ixrac
<b>2016<sup>2</sup></b>	21 596,6	8 489,1	13 107,5	4 618,4	92,7	89,6	94,4
<b>2016</b>	21 946,7	8 489,1	13 457,6	4 968,5	112,9	89,6	129,7
<b>2017<sup>2</sup></b>	24 263,8	8 783,3	15 480,5	6 697,2	89,3	83,8	92,9
<b>2017</b>	24 103,3	8 783,3	15 320,0	6 536,7	85,2	83,8	86,1
<b>2018<sup>2</sup></b>	31 755,9	11 465,0	20 290,9	8 825,9	100,5	100,2	100,6
<b>2018</b>	30 923,6	11 465,0	19 458,6	7 993,6	96,0	100,2	93,7

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> – 2019

2016-2018-ci illərdə Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi illərə əsasən artma dinamikası üzrə inkişaf etmişdir. Azərbaycan Respublikasının ixrac göstəricilərinin artımı iqtisadiyyatın bütün sahələrinin potensial imkanlarından istifadə olunması və onların ixracyönümlü inkişafı səbəbindən alınmamasını növbəti təhlillərdə aydın şəkildə görə bilərik.

Azərbaycan Respublikasının ixracında ölkələr üzrə xarici ticarət dövriyyəsində olan 40 ölkənin adının yer aldığı statistik cədvəldən götürülmüşdür. Ölkələrin seçilməsində üstünlük xüsusi çəkisinə görə üstün olanların fərqləndirilməsi ilə verilmişdir.

**Cədvəl 5: Ölkələr üzrə xarici ticarət dövriyyəsi (min ABŞ dolları)**

Ölkələr	2016	2017	2018
İtaliya	4 333 747,1	5 352 488,5	5 879 775,3
Türkiyə	1 185 663,1	1 393 786,1	1 825 981,5
İsrail	664 113,1	638 938,4	1 310 824,5
Fransa	626 433,9	459 978,6	441 672,1
Almaniya	610 831,4	450 462,0	780 847,4
Rusiya Federasiyası	409 258,4	587 034,5	665 741,4
Portuqaliya	331 278,9	501 617,8	528 717,6
Çexiya Respublikası	214 366,2	556 854,9	938 384,0
Avstriya	112 651,9	137 552,9	329 754,9

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> – 2019

İxrac əməliyyatları xaricdə mal və xidmətlərin xarici tərəflərə satılmasına yönəlmiş fəaliyyət növüdür.

İxrac əməliyyatlarının aparılması üçün xarici bazarda tələbat olacaq məhsullar istehsal etmək lazımdır.

Azərbaycan Respublikasının ixrac əməliyyatları 2016-ci ilə nəzərən milli valyuta ilə hesablaşmalar 84 min, SVD ilə hesablaşmalar 7 milyon artmış, qapalı valyuta üzrə hesablaşmalar 18 min, müəssisə və obyektlərin tikintisi haqqında saziş-öhdəlik hesabına malların keçirilməsi 1 milyon, digər əməliyyatlar 282 min azalmışdır.

Təhlillərdən aydın olur ki, Azərbaycan Respublikasının ixrac potensialından istifadənin hal-hazırkı vəziyyətinin qiymətləndirilməsində ixracın coğrafi quruluşunun təhlil edilməsinin xüsusi bir əhəmiyyəti var. Azərbaycanın coğrafi mövqeyinin ixrac potensialından istifadəyə göstərmiş olduğu təsiri müəyyənləşdirmək olur. Azərbaycanın yerləşdiyi materikdə onun üzərində kəşifən beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərinin mövcudluğu, güclü dövlətlərin ölkə ərazisində olan təbii və digər resurslara tələbatı, sərhəd və ona yaxın ölkələrin ölkə ixracında istifadə olunan əmtəələrə tələbatı və onu müxtəlif yollarla ödəmək imkanının reallaşdırılması coğrafi mövqe faktorunun güclənməsinə səbəb olur.

**Cədvəl 6: Əməliyyat növləri üzrə ixrac (min ABŞ dolları)**

Əməliyyat növləri	2016	2017	2018
1	2	3	4
<b>Cəmi</b>	<b>13 457 592,1</b>	<b>15 319 977,1</b>	<b>19 458 632,5</b>
<b>o cümlədən:</b>			
Milli valyuta ilə hesablaşmalar	26 383,1	47 513,4	110 525,9
Sərbəst dönərli valyuta (SDV) ilə hesablaşmalar	8 687 473,1	10 616 433,6	15 846 433,4
Kliring üzrə hesablaşmalar	21,2	-	-
Qapalı valyuta üzrə hesablaşmalar	39 263,5	23 546,9	20 685,3
1	2	3	4
Digər kommersiya əməliyyatları üzrə malların keçirilməsi	-	-	-
Digər sövdələşmələr üzrə mal göndərilməsi	-	-	-
Müəssisə və obyektlərin tikintisi haqqında saziş-öhdəlik hesabına malların keçirilməsi	4 188 318,3	4 185 626,1	3 246 390,3
Sövdələşmə xarakteri təyin olunmayıb	-	-	-
Digər əməliyyat növləri	516 132,9	446 857,1	234 597,6

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> - 2019

Yuxarıdakı cədvəldən də aydın olur ki, xüsusi çəkisinə görə Azərbaycan ən çox Avropa regionu dövlətləri ilə ixrac yönümlü xarici ticarət əlaqələrində olub. Ancaq 2016-2018-ci illərdə bu göstəricilər 2016-dan 2017-ə keçdikdə 3,7 % artmış, 2018-ci ildə yenidən azalaraq 61,1 % olmuşdur.

**Cədvəl 7: Azərbaycanın Respublikasında 2016-2018-ci illərdə ixracın coğrafi quruluşu (min ABŞ dolları)**

Coğrafi regionlar	2016	2017	2018
1	2	3	4
<b>Cəmi</b>	<b>13 457 592,1</b>	<b>15 319 977,1</b>	<b>19 458 632,5</b>
<b>o cümlədən:</b>			
Avropa	8 211 537,6	9 918 332,3	11 890 724,0
Asiya	4 819 961,3	4 559 216,0	6 359 004,7
1	2	3	4
Amerika	182 568,6	656 943,9	1 015 542,9
Afrika	243 248,8	184 796,4	192 801,1
Okeaniya	275,8	688,5	559,8

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> - 2019

**Cədvəl 8: Azərbaycanın Respublikasında 2010-2014-cü illərdə ixracın coğrafi quruluşu (ümumi ixracda xüsusi çəkisi, faizlə)**

Coğrafi regionlar	2016	2017	2018
<b>Cəmi</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>o cümlədən:</b>			
Avropa	61,0	64,7	61,1
Asiya	35,8	29,8	32,7
Amerika	1,4	4,3	5,2
Afrika	1,8	1,2	1,0
Okeaniya	0,0	0,0	0,0

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> - 2019

Cədvəldən də görüldüyü kimi “2016-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında ixracın əmtəə strukturu”nun statistik məlumatlarına əsaslanaraq respublikamız dünya ölkələri ilə 97 əmtəə ilə ixrac əməliyyatlarında iştirak edir.

## **2.2. Azərbaycanca ixrac potensialının strateji inkişaf istiqamətlərinin təhlili**

Azərbaycanın global iqtisadiyyatdakı hazırkı mövqeyi ziddiyyətli meyllər ilə xarakterizə olunur və bir sıra parametrlərdə inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında aralıq mövqə tutur. Bir çox cəhətdən Azərbaycanın dünya birliyinə daxil olması onun iqtisadi potensialından və dolayısı ilə idxal və ixrac imkanlarından asılıdır. Bundan əlavə, son dövrlərdə xarici ticarətin və xüsusən də Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı üçün onun ixrac komponentinin rolu durmadan artır və bu da aşağıdakı əsas məqamlarla müəyyən edilir.

Birincisi, ixracat xaricdə avadanlıq, istehlak mallarının alınması, Azərbaycanın xarici borcunu ödəməsi, ölkənin valyuta ehtiyatlarının toplanması və maliyyə sabitliyi üçün zəruri olan xarici valyutanın əsas mənbəyidir.

İkincisi, xarici ticarətin liberallaşdırılmasından sonra dünya bazarında tələb əsasən rəqabətqabiliyyətli Azərbaycan malları - enerji daşıyıcıları, metallar, gübrələr tərəfindən tapıldı ki, bu da daxili tələbatın sıxılmasını nəzərə alaraq, ixracat və sənaye sektorlarında istehsalın dinamikasını və quruluşunu bütövlükdə müəyyənləşdirdi.

Üçüncüsü, dünya ticarətinin böyüməsi ilə müqayisədə beynəlxalq kapital bazarında mövcud artım tendensiyasını və nəticədə ölkələrin maliyyə qarşılıqlı asılılığının daha sürətli artmasını nəzərə alsaq, maliyyə və pul sabitliyini qorumaq, ölkənin xarici iqtisadi siyasətinin daim daha sıx əlaqələndirilməsini tələb edir (Sultanov C., 2008).

Ölkədə istehsal olunan, böyüdülmüş malların, habelə əvvəllər xaricdən gətirilən və emal olunan malların ixracına ehtiyac aşağıdakı hədəfləri qarşıya qoyur:

- malların satışı bazarının genişlənməsi (daxili bazar məhdud ola biləcəyi üçün), satışın sabitliyini, gəlirliliyini təmin etmək;
- resursların alınması;
- ehtiyat yaratmaq və xarici malların alınması üçün lazım olan valyuta mənbəyidir;

- istehsalın şaxələndirilməsinə kömək edir.

Gələcəkdə ixrac potensialının inkişafı və onun məhsul strukturu, fikrimizcə, qarşılıqlı amillərin iki qrupu ilə müəyyənləşdiriləcəkdir. Bir tərəfdən, bunlar təbii qaynaq sektorunda müqayisəli regional üstünlüklər ilə xarakterizə olunan statik amillərdir, bunun ardınca yüksək texnoloji məhsullara və yüksək emal olunmuş məhsullara artan diqqət göstərilir. Digər tərəfdən, bunlar elmi və texnoloji nailiyyətlər və yeniliklərlə əlaqəli dinamik dəyişən rəqabət üstünlükləri amilləridir.

Bu rəqabət üstünlüyü qlobal iqtisadi məkanda rəqabətqabiliyyətliliyi ilə artır, ixracatın sabit artmasını və bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafına stimullaşdırıcı təsir göstərir.

Hal-hazırda Azərbaycanın və onun əsas ixrac yönümlü bölgələrinin beynəlxalq əmək bölgüsündə ixtisaslaşması yanacaq, xammal, aşağı texnoloji məhsulların tədarükünə əsaslanır və hazırkı mərhələdə xarici bazara çıxmağın real imkanlarını müəyyənləşdirən əsas xammal və aşağı texnoloji sahələrin üstünlük təşkil etdiyi tarixən qurulmuş istehsal quruluşunun nəticəsidir. Bundan əlavə, ixrac monokultural xarakter daşıyır, çünki dinamikası hələ də neftin, neft məhsullarının və təbii qazın satış imkanları və şərtləri ilə müəyyən edilir. Bundan əlavə, onilliklər ərzində keçmiş Sovet iqtisadiyyatı elmi və texnoloji tərəqqinin sürətli inkişafı nəticəsində dünyada baş verən struktur və keyfiyyət dəyişikliklərindən təcrid olaraq inkişaf etmişdir (Şəkəraliyev A., Şəkəraliyev Q., 2016: s.123).

Azərbaycanın əsas neft ixracatçısına çevrilməsi, onun istehsalının ildən-ilə artması, bu sektorda ixracat hesabına valyuta gəlirlərinin dinamik şəkildə artması ixrac potensialının və iqtisadiyyatın digər sahələrinin artmasının zəruriliyini önə çəkdi. Hökumət, neft gəlirlərinin qabaqlayan artımının mənfi təsir amillərinə və gələcəkdə neft ehtiyatlarının tükənməsinə səbəb olaraq, qeyri-neft sektorunun inkişafını iqtisadi siyasət üçün prioritet elan etdi. Bu problemi həll etmək və bu sahədə dövlət dəstəyini həyata keçirmək üçün son illərdə çoxsaylı proqramlar qəbul edilmiş və qismən icra edilmişdir.

Azərbaycanın qeyri-neft sektoru arasında kənd təsərrüfatı həm ixrac potensialı, həm də bu potensialdan istifadə səviyyəsində fərqlənir və xüsusi çəkiyə malikdir.

Azərbaycanda istehsalın inkişafına neft sektoru, maşınqayırma, metallurgiya, qida və emal müəssisələri, kimya kompleksləri, neft mədənləri və dağ-mədən müəssisələri kömək edirdi. Bu gün metallurgiya, xüsusən də əlvan, qeyri-neftin ixrac potensialının artmasında mühüm rol oynayır.

Metallurgiya və idxal sahəsindəki əlaqələrin bugünkü ixrac potensialının öyrənilməsi gələcəkdə bu sektorun həm istehsal, həm də idxal baxımından sənaye seqmentində əsas sahə olacağını söyləməyə imkan verir. Statistik göstəricilər və onların dinamikası da metallurgiyanın qeyri-neft sektorunda idxalın prioritet istiqamətlərindən biri olduğunu göstərir.

Dövlət informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsinə artan diqqət göstərir. Bir sıra tədqiqatçılar iddia edir ki, 2015-2020-ci illərdə ölkənin bu sahədəki illik qazancı 10 milyard manatı keçə bilər. Azərbaycan regionda informasiya texnologiyaları məhsullarının potensial ixracatçısına çevrilə bilər. Statistika göstərir ki, qeyri-neft sektorunda informasiya texnologiyalarının nisbəti artmaqda davam edir. Azərbaycanda 2010-2012-ci illərdə Rabitə və İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Proqramı ("Elektron Azərbaycan") buna öz töhfəsini verdi.

İxracat və onun potensialı haqqında danışarkən, elm adamları əksər hallarda tədqiqat mövzusu olaraq yalnız mal ixracatından istifadə edirlər. Əslində, müasir dünyada digər meyillər müşahidə olunur.

Hal-hazırda xidmətlərin ixracı xarici iqtisadi əlaqələrdə və valyuta mənfəətində ön plana çıxdı. Malların ixracı onların başqa ölkəyə daşınmasını tələb edərsə, xidmət ixracı xarici vətəndaşların ölkəyə gəlməsini tələb edir.

Bu baxımdan turizm qeyri-neft sektorunun ən cəlbedici sahəsidir. Respublika hökuməti neft qazancından istifadə etməklə öz inkişaf strategiyasını müəyyənləşdirdi. Xarici turizmin təbliği ölkənin bir sıra digər xidmətlərinin idxalı üçün geniş imkanlar açır. Buna misal olaraq bankçılıq, otel, restoran xidmətləri,

sığorta, rabitə, nəqliyyat və s. turizmin inkişafı və xarici turistlərin axını ilə bu cür xidmətlərin idxalı təbii olaraq artacaqdır.

İşgüzar turizmin inkişafı, ölkədə beynəlxalq konfrans və seminarların təşkili xarici turistlərin işçi turistik səfərləri çərçivəsində Azərbaycan milli məhsulları ilə tanış olmasına töhfə verə bilər.

Respublikada turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait var. Bunu coğrafi məkan, Azərbaycanın beynəlxalq birliyi tərəfindən müxtəlif mədəniyyətləri və dünyagörüşləri birləşdirən tolerant bir dövlət kimi tanınması, uzunluğu 800 km-dən çox olan sahil zolağı, doqquz iqlim qurşağı, zəngin təbiət, qədim mədəniyyət abidələri və digər amillər göstərir.

İndi hökumətin dəstəyi ilə turizm infrastrukturunu və xidmətləri formalaşdırmaqdadır. Azərbaycanda turizm inkişaf mərhələsindədir və onun statistik göstəriciləri hər il böyüyür.

Xarici turizmin inkişafı ilə gələcəkdə bir sıra xidmətlərin ixracı valyuta axınını artırma və ölkəyə əlavə qazanc gətirə bilər.

Azərbaycanın qeyri-neft sektorunda kimya sənayesi xüsusi yer tutur. Keçmişin böyük təcrübəsi, kimya sənayesinin mövcud potensialı və xammal təchizatı səviyyəsinin yüksək olması, kimyəvi məhsulların ixracının qeyri-neft sektorunda ən əhəmiyyətli olduğunu göstərir. Hal-hazırda bu sənayedəki müəssisələr məhsullarını Rusiya, Gürcüstan, Türkmənistan, Ukrayna, Türkiyə, Qazaxıstan, Polşa, Misir, İngiltərə, Almaniya, İran və digər ölkələrə ixrac edirlər.

Kimya sənayesi ölkənin ixrac potensialında prioritetdir. Bunun səbəbi:

- Sovet dövründə böyük kimyəvi komplekslərin inşası;
- Azərbaycandan əlavə ətraf ölkələr arasında yalnız Rusiyada mövcud olan EP-300 qurğusunun olması;
- neft emalı sənayesinin inkişafı və bu kimya sənayesi üçün xammal sektorunun formalaşması;
- yeni bazarlara çıxmaq üçün imkanlar yaratmaq;
- digər ölkələrlə müqayisədə ucuz, xammal, əmək, enerji və s.



Bu gün ölkənin kimyəvi kompleksləri 100-dən çox növ məhsul istehsal edir, onların əksəriyyəti ixrac olunur. İxrac edilən əsas məhsullar quru kaustik soda, maye xlor, yüksək təzyiqli polietilen, izopropil mütləq spirt, dixloretan, propilen oksidi, poliestər qatran, xloroparafin, piroliz qatranı, propilen glikol, propilen, butilen və s.

Bir vaxtlar Azərbaycanda yüksək inkişaf etmiş toxuculuğun ixrac potensialını inkişaf etdirmək və artırmaq üçün də geniş imkanlar mövcuddur. Ölkədə pambıq və yun kimi xammalın böyük ehtiyatlarının olması gələcəkdə bu imkanı müəyyənləşdirir. Ölkədən təmizlənmiş pambığın ixracı hər il artır, bununla birlikdə xammalı emal sənayesindən keçirmək və daha çox əmək tələb edən məhsullar ixrac etməklə əldə edilən faydaları əhəmiyyətli dərəcədə artırmaq olar.

### III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA İXRAC POTENSIALININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ: KLASTERLƏŞMƏ VƏ TRANSMİLLİŞMƏ

#### **3.1. Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsində klasterlərinin rolu**

Sənaye cəmiyyətin məhsuldar qüvvələrinin inkişaf səviyyəsinə həlledici təsir göstərən xalq təsərrüfatının ən vacib sahəsidir.

Sənaye - Azərbaycan iqtisadiyyatının əsas sektorudur. Təbii ehtiyatlar, ixtisaslı kadrlar, əmək ehtiyatları, eləcə də onların əmək təcrübələri və istehlak potensialı ölkədə kifayət qədər miqdarda mövcuddur. Lakin bu imkanlardan səmərəsiz istifadə olunur.

Respublikanın sənayelərinin ərazi təşkilində bir çox uyğunsuzluq var. Ölkədəki sənaye istehsalının 60%-i, əsas vəsaitlərin 57%-i Abşeron iqtisadi rayonunda cəmləşmişdir.

Ölkənin sənaye sektorları, xüsusən də sənaye müəssisələri sosial-iqtisadi amillərin təsiri altında formalaşan sənaye bölmələrində cəmləşmişdir. Bakı-Sumqayıt, Gəncə-Daşkəsən, Mingəçevir-Yevlax, Göyçay, Naxçıvan, Lənkəran, Şəki və Xaçmaz respublikanın əsas sənaye qovşaqlarıdır (Həsənov Ə., 2005).

Ölkəmizin müstəqilliyinin ilk illərində sənayedə böhran vəziyyəti yaranmışdı. Xüsusəndə, emal sənayesi məhsullarının istehsalı çox zəif idi. Yəni, o dövrlərdə iqtisadiyyatın çiçəklənməsi istiqamətində sənayenin inkişafı məqsədi ilə aparılan tədbirlər Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişaf etməsində 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. Mədənçixarma sənayesi məhsullarının həcmində 1995-ci ildən başlayaraq artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, 1995-ci ildə mədənçixarma sənayesi məhsulları ümumi sənaye məhsullarının sadəcə 19,6%-ni təşkil edirdisə, bu rəqəm 2019-cu ildə 65,4%-ə yüksəlmişdir. Bunun ən böyük

səbəbi isə, xüsusilə, neft strategiyasının reallaşdırılması nəticəsində neft hasilatının illər ərzində artım göstərməsidir (Həsənov Ə., 2005).

Sənayenin strukturu hər hansı bir məqsəd üçün məhsul istehsal edən və real və ya potensial rəqib olan müəssisələrin cəmidir. Sənayenin strukturunun təhlili texniki və qiymət siyasətini formalaşdıran istehsal liderlərini aşkar edir, eyni zamanda dövlətin və ayrı-ayrı istehsalçıların investisiya siyasətinin əsasını təşkil edir.

**Cədvəl 12: 2016-2019-cu illərdə sənaye istehsalının strukturu**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Mədənçixarma sənayesi</b>	69,8	69,9	73,0	69,9
<b>Emal sənayesi</b>	22,9	24,7	22,2	25,2
<b>Elektrik enerjisi, qaz və buxarın istehsal edilməsi, paylanması və təchizatı</b>	6,4	4,6	4,1	4,2
<b>Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması</b>	0,9	0,8	0,7	0,7

**Mənbə:** www.stat.gov.az məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Yuxarıdakı cədvəldən görüldüyü kimi 2019-cu ildə sənaye məhsullarının 69,9%-i mədənçixarma sənayesi, 25,2%-i emal sənayesi, 4,2 faizi elektrik enerjisi, qaz və buxarının istehsal edilməsi, paylanması və təchizatı sənayesi və 0,7 faizi su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal edilməsi sənayesində istehsal edilmişdir.

Mədənçixarma sənayesində neft hasilatı 3,3 faiz azalsada, əmtəlik qazın hasilatı isə 27,7% artmışdır.

Emal sənayesində ağacların emalı edilməsi və ondan məhsulların istehsalı 82,%, tütün məhsullarının istehsalı 80,7%, hazır metal məhsullarının istehsalı 80,0 faiz, kompyuter, elektron və optik məhsulların istehsal edilməsi 51, faiz, poliqrafiya məhsullarının istehsal edilməsi 42,2%, içki məhsullarının istehsalı 41,4%, toxuculuq məhsullarının istehsalı 33,2 faiz, mebellərin istehsal edilməsi

29,5 faiz, maşınların və maşın avadanlıqların qurulması və təmir edilməsinə aid olan işlər 27,5 faiz, kimya sənayesinin məhsullarının istehsal edilməsi 25,6 faiz, kağızlar və kartonların istehsal edilməsi 25,5%, geyim istehsalı 22,6%, rezin və plastik kütlə məhsullarının istehsalı 22,0%, əczaçılıq məhsullarının istehsalı 20,6%, qida məhsullarının istehsalı 10,8%, tikintidə lazım olan materialların istehsal edilməsi 5%, elektrik avadanlıqlarının istehsal olunması 1,1%, maşınlar və maşın avadanlıqların istehsal edilməsi 1% artmışdır, dəri və dəri məhsullarının, ayaqqabıların istehsalı 2,9%, neft məhsullarının istehsal olunması 3,2 faiz, metallurgiya sənayesinə aid olan məhsullarının istehsal edilməsi 9,5%, nəqliyyat vasitələrinin istehsalı 17,4%, avtomobillər, qoşqular və yarımqoşquların istehsal olunması da 17,7 faiz azalma göstərmişdir (<https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4435>).

Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı sektorunda istehsalın həcmi 3,5 faiz, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı sektorunda isə 6,0 faiz artmışdır (<https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4435>).

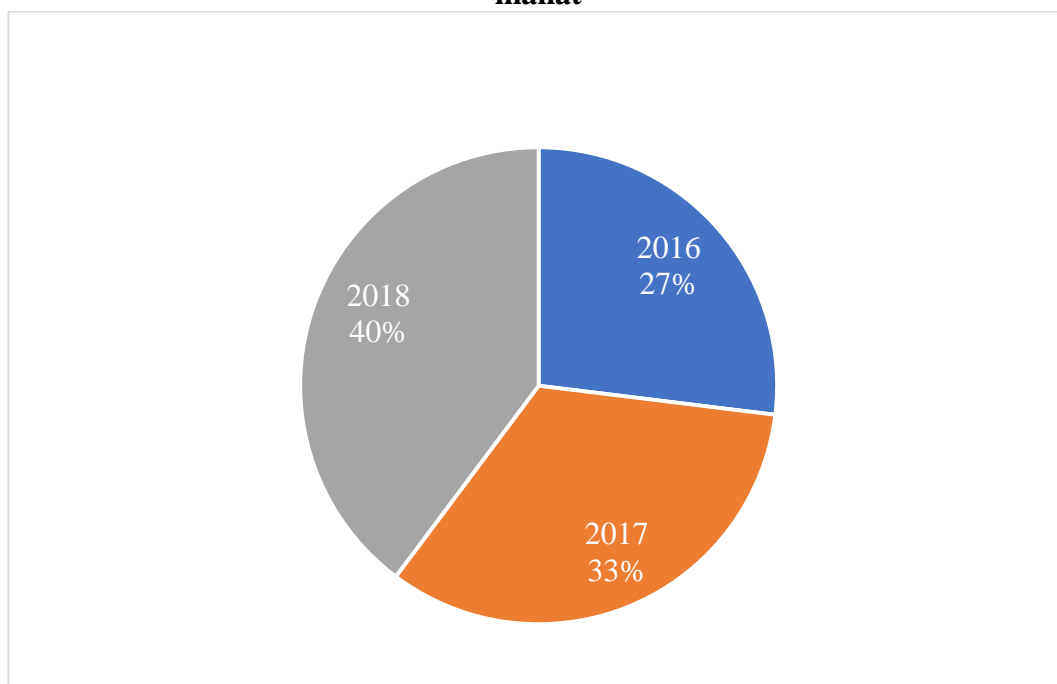
**Cədvəl 13: Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Bütün sənaye</b>	32300,2	39892,5	47677,0
<b>dövlət sektoru</b>	6328,4	7714,6	7986,1
<b>qeyri-dövlət sektoru</b>	25971,8	32177,9	39690,9
<b>Mədənçixarma sənayesi</b>	21191,9	28033,5	34931,5
<b>Emal sənayesi</b>	8899,5	9723,5	10465,4
<b>Elektrik enerjisi, qaz və buxarın istehsal edilməsi, paylanması və təchizatı</b>	1937,8	1839,8	1961,2
<b>Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması</b>	271,0	295,7	318,9

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/source/industry/>

Cədvəl 13-də göstərilmişdir ki, 2018-ci ildə sənayedə ümumi məhsul buraxılışının həcmi 47677 mlyn. AZN olmuşdur. 2017-ci il ilə müqayisədə 2018-ci ildə mədənçıxarma sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 24,6%-lik artım qeydə alınmış və 34931,5 milyon manat, emal sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 7,6%-lik artım qeydə alınmış və 10465,4 mlyn. AZN, elektrik enerjisi, qaz və buxarın istehsal edilməsi, paylanılma və təchiz olunması sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 6,5%-lik artım qeydə alınmış və 1961,2 mlyn. AZN, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması sənayesi məhsullarının həcmindəki artım sənayedə 7,8%-lik artım qeydə alınmış və 318,9 milyon AZN qiymətində sənayedə məhsullar istehsal edilmişdir.

**Sxem 2: Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat**



**Mənbə:** Cədvəl 13.-ün məlumatlarına əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Yuxarıdakı sxemdən də göründüyü kimi bütün sənayelər üzrə sənaye məhsullarının həcmi 2018-ci ildə artım göstərmişdir.

Əlbəttə, həm sənaye, həm kənd təsərrüfatı, həm də digər sahələrdə məhsul buraxılışının həcmnin artırılmasında investisiya qoyuluşları vacib əhəmiyyətə malikdir. Buna əsasən də, xüsusən də, 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 14: Sənayedə əsas kapitalla yönəldilən investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manat**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Bütün sənaye</b>	9949,8	10610,1	8497,2
xarici investisiyalar	7350,9	6989,5	3993,1
daxili investisiyalar	2598,9	3620,6	4504,1
<b>Mədəncixarma sənayesi</b>	8576,7	8428,9	5702,3
xarici investisiyalar	6805,0	6288,9	3498,7
daxili investisiyalar	1771,7	2140,0	2203,6
<b>Emal sənayesi</b>	424,3	652,6	1431,9
xarici investisiyalar	-	32,0	25,6
daxili investisiyalar	424,3	620,6	1406,3
<b>Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı</b>	370,2	870,5	602,9
xarici investisiyalar	72,3	199,7	157,9
daxili investisiyalar	297,9	670,8	445,0
<b>Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı</b>	578,6	658,1	760,1
xarici investisiyalar	473,6	468,9	310,9
daxili investisiyalar	105,0	189,2	449,2

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/source/industry/>

Yuxarıdakı cədvəldən də aydındır ki, sənayedə əsas kapitalla yönəldilən investisiyanın əsas hissəsini mədəncixarma sənayesi təşkil edir. İntestisiyanın növündən asılı olaraq isə əsas pay xarici investisiyalara düşmüşdür. 2018-ci ildə sənayeyə qoyulan 3993,1 milyon manat dəyərində xarici investisiyanın son illərin ən aşağı göstəricisi olduğunu qeyd etmək olar.

2018-ci ildə sənayedə əsas kapitalla yönəldilən investisiya 8497,2 mlyn. AZN olmuşdur və bunun 3993,1 milyon manatı və ya 46,9%-i xarici investisiya qoyuluşlarından daxil olmuşdur. İntestisiya qoyuluşlarında 2017-ci illə müqayisədə 2112,9 milyon manat azalma olmuşdur.

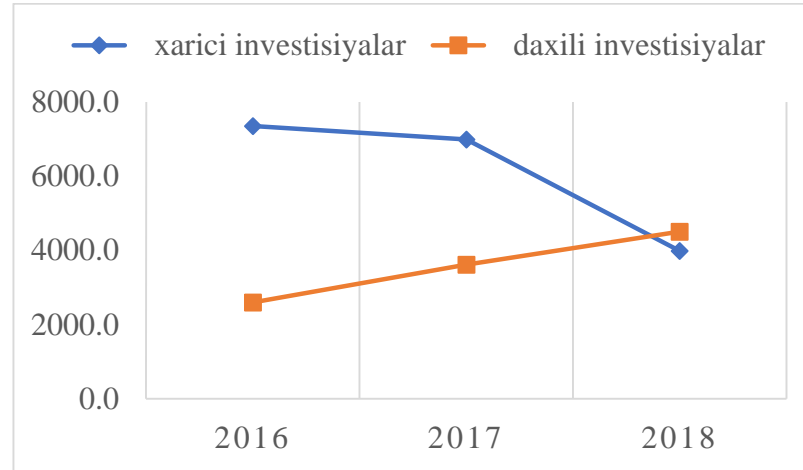
Mədənçixarma sənayesinə qoyulmuş xarici investisiyanın həcmnin də ən aşağı göstəricisi 2018-ci ildə olduğu cədvəldən görünür və 5702,3 mlyn. AZN olmuşdur. Həmçinin, mədənçixarma sənayesində də 2017-ci illə müqayisədə investisiya qoyuluşlarında 2726,6 milyon manatlıq azalma qeydə alınmışdır. 2017-ci illə müqayisədə mədənçixarma sənayesinə qoyulmuş xarici investisiyalar 2790,2 milyon manat azalmışdır.

Emal sənayesində isə mədənçixarma sənayesindən fərqli olaraq investisiya qoyuluşlarında 2018-ci ildə artmışdır. Ancaq bu artım daxili investisiyalar hesabına baş vermişdir. Belə ki, 2017-ci ildə emal sənayesinə qoyulan xarici investisiyanın dəyəri 32,0 milyon manat təşkil edirdisə, 2018-ci ildə 25,6 milyon manat xarici investisiya qoyuluşu edilmişdir. Bu isə 2017-ci ili göstəricinə nisbətə 80% azalma deməkdir.

Elektrik enerjisinin, qazın və buxarın istehsal olunması, paylanması və təchiz edilməsi və su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması sahələrində isə investisiya qoyuluşlarının əsas hissəsini daxili investisiyaların təşkil etdiyini qeyd etmək mümkündür. 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə xarici investisiya qoyuluşlarının azalam qeydə alınmışdır. Elektrik enerjisinin, qazın və buxarın istehsal olunması, paylanması və təchiz edilməsi sahəsində xarici investisiya qoyuluşunda bir ildə 21%, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması sahəsində isə 33,7% azalma müşahidə olunmuşdur.

Aşağıdakı sxemdən də göründüyü kimi illər üzrə bütün sənaye üzrə xarici investisiyalarda azalma, daxili investisiyalarda artma baş vermişdir.

**Sxem 3: Sənayedə əsas kapitala yönəldilən investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manat**



**Mənbə:** Cədvəl 14.-ün məlumatlarına əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu gün dünyanın bir çox ölkəsində yüksək iqtisadi inkişafa nail olmaq, eyni zamanda, milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün sənaye sahələrinin inkişaf etməsi prioritet istiqamət kimi müəyyən edilmişdir. Bir çox yüksək iqtisadi inkişaf səviyyəsinə çatmış ölkələri təhlil edərkən, sənayenin həmin ölkələrin inkişafında əvəzedilməz rolu olduğu məlum olur. 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 (Şəkəraliyev A., Şəkəraliyev Q., 2016).

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 olunur.

Hal-hazırda elmi və texnoloji tərəqqi parçalanmış müəssisələr tərəfindən deyil, üfüqi, şaquli və regional əlaqələri olan birliklər tərəfindən idarə olunur.



Sənaye müəssisələrinin rəqabət üstünlükləri strategiyanın çevikliyi, yüksək texnoloji istehsalın təşkili yolları, informasiya və telekommunikasiya infrastrukturunun inkişafı, idarəetmə qərarlarının səmərəliliyi ilə müəyyən edilir ki, bu da idarəetmə texnologiyalarının dəyişdirilməsini tələb edir. Yuxarıda göstərilən meyarların həyata keçirildiyi belə bir birləşmə forması klaster adlanır.

Klasterlər, müəssisə ilə birlikdə paralel olaraq mövcud olan və inkişafını stimullaşdıran əvvəlki idarəetmə formalarının bir çox xüsusiyyətlərini özündə cəmləşdirir. Sənaye komplekslərinin inkişafına klasterli yanaşma ardıcillıq prinsipləri əsasında həyata keçirilir; inteqrasiya; uyğunlaşma; investisiya liderinin müəyyənləşdirilməsi; kapitalın qruplaşdırılması və konsolidasiyası; müqavilə və rəqabətin birləşməsi (Şəkərəliyev A., Şəkərəliyev Q., 2016).

Sənaye müəssisələrinin inteqrasiya forması kimi klaster aşağıdakı spesifik xüsusiyyətlərə malikdir:

- Elementlər - müəssisələr arasında təşkilati əlaqələrin üstünlük təşkil etməsi;
- Aktivlərə ümumi rəhbərlik (və ya razılaşdırıldıqda aktivlərin bir hissəsi);
- Razılaşdırılmış istehsal fəaliyyəti;
- Müqavilə əsasında aşağıdakı funksiyalar (və ya funksiyaları həyata keçirmək üçün ümumi bölmələrin yaradılması) assosiasiyası: satış, logistika, təchizat, marketing;
- Hüquqi şəxslər arasında iqtisadi asılılıq əlaqələrinin ixtiyari olması;
- Xüsusi hüquqi forma.

Klasterlərin əsas vəzifəsi səmərəli strateji və işgüzar əməkdaşlığa əsaslanan sənaye və ticarət fəaliyyətini təmin etməkdir.

Sənaye klasteri, texnoloji zəncir boyunca bir-birinə bağlı olan və ya ümumi qaynaq bazarına və ya istehlakçılara (şəbəkə əlaqəsi) istiqamətlənmiş, şəbəkə idarəetmə formasına sahib, müəyyən səviyyədə rəqabət qabiliyyətli və yenilikçi bir komponent yarada bilən bir coğrafi cəhətdən lokallaşdırılmış müəssisələr, tədqiqat-istehsalat və maliyyə şirkətləri qrupu kimi başa düşülməlidir. Eyni zamanda,

klaster anlayışı ilə biznes birləşməsinin digər formaları arasındakı əsas fərq, bütün proseslərin sözügedən quruluş daxilində davamlı, dinamik rəqabət şəraitində baş verməsi və klaster tipinin formalaşması daxilində idarəetmə qərarlarının mərkəzləşdirilməməsidir. Həm də sənaye-resurs və nəqliyyat-rabitə klasterləri kimi qrupları qeyd etmək lazımdır.

Klasterin əsasını, bir qayda olaraq, son məhsul istehsal edən şirkətlər şəklində çoxluq təşkil edən nüvədir. Mərkəzi şirkətlə yanaşı, çoxluq iştirakçıları ixtisaslaşdırılmış resursların, xidmətlərin, texnologiyaların, avadanlıqların, əlaqəli iqtisadi fəaliyyət müəssisələrinin, mühəndislik və konsaltinq firmalarının, tədqiqat təşkilatları və təhsil müəssisələrinin, kredit və sığorta təşkilatları və maliyyə qurumlarının istehsalçıları və təchizatçılarıdır. Klaster daxilindəki bütün iştirakçıların qarşılıqlı təsiri nəticədə bütövlükdə klasterə yönəldilmiş xüsusi məhsulların istehsalına yönəldilir və xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqə əməliyyat xərclərini minimuma endirməyə və qiymət üstünlüklərini əldə etməyə imkan verən vahid bir logistika sistemi vasitəsilə baş verir (Sultanov C., 2008).

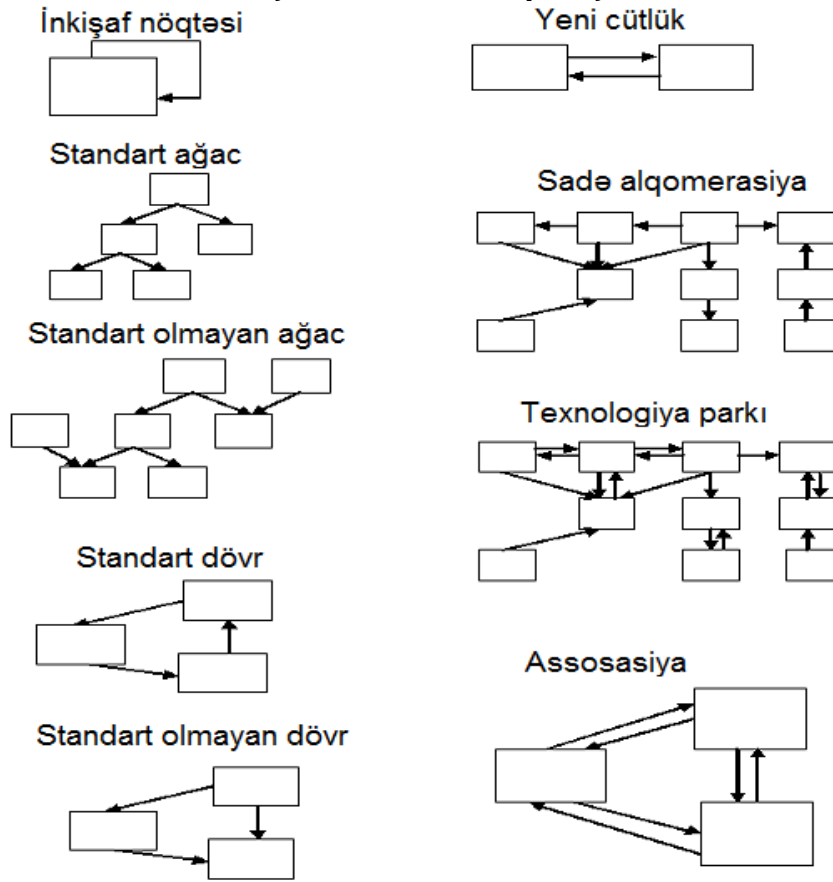
Sənaye klasterlərini sənaye müəssisələrinin birləşmələrinin müasir bir forması kimi nəzərdən keçirərək, onun iştirakçılarının qarşılıqlı fəaliyyətinin şəbəkə xarakterinə diqqət yetirmək lazımdır. Müəssisənin idarə edilməsinin şəbəkə formasının əlamətlərindən biri müştərək fəaliyyətdə bütün iştirakçılar arasında birbaşa uzunmüddətli münasibətlərin olmasıdır. Bu cür əlaqələrin yaradılması sadəcə əməliyyat xərclərini azaltmaq üçün müəssisələrin kompakt coğrafi yerləşməsinə tələb edir. Şəbəkə bürokratik təşkilatın şaquli iyerarxiyasının rədd edilməsində və üfüqi qarşılıqlı əlaqələrə keçiddə, funksional strukturlar əvəzinə müstəqil iş vahidlərinin istifadəsində və bu baxımdan inzibati münasibətlərin müqavilə ilə dəyişdirilməsində ifadə olunur.

Klasterin əsas üstünlükləri məhsulun yaradılması zəncirində yeniliyin yayılmasıdır. Üfüqi inteqrasiya əsasında müxtəlif texnoloji yeniliklərin kortəbii yerli konsentrasiyası deyil, yeni biliklərin, texnologiyaların və yeniliklərin yayılması üçün ciddi yönümlü bir sistem formalaşır. Eyni zamanda, bütün klaster üzvləri arasında sabit əlaqələrin qurulması ixtiraların yaranması, yeniliklərə

çevrilməsi, kommersiya istehsalı və sonuncunun tətbiqi vəziyyətində bütün strukturun rəqabət üstünlüklərinə çevrilməsi üçün vacib şərtədir. Öz növbəsində bu birləşmə forması yalnız təşkilatlar arasında xüsusi münasibətlər tələb edir.

Klaster mürəkkəb bir sistem olduğundan, elementləri maddi və maliyyə axınları ilə birləşdirildiyi üçün onların quruluşu yönümlü qrafik şəklində təqdim edilə bilər. Bu üsul, klaster komponentləri arasındakı mürəkkəblik və əlaqələrin növünü, sinerjiyanın təsirini qiymətləndirməyə imkan verir.

**Şəkil 1: Klasterin quruluşları**



**Mənbə:** Самохин Р.В., (2011) Оценка экспортного потенциала предприятий лакокрасочной промышленности

Sənaye klasterlərinin artan rolu ilə əlaqədar olaraq, vahid innovasiya infrastrukturunun formalaşdırılması, milli elmi-texniki potensialdan səmərəli istifadənin təmin edilməsi, sənayenin modernləşdirilməsi və ən uğurlu, rəqabət qabiliyyətli seqmentlərinin sürətlə inkişafı üçün şərait yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Dünya təcrübəsini nəzərə alsaq, iqtisadiyyatda innovativ proseslərin fəallaşması və nəticədə müxtəlif səviyyəli iqtisadi sistemlərin rəqabət üstünlüklərinin formalaşması bilavasitə sənaye klasterlərinin formalaşması və fəaliyyət göstərməsi ilə təmin olunur.

Hal-hazırda nəzərdən keçirilən sənaye müəssisələrinin birləşməsi forması həm milli, həm də regional səviyyədə həyata keçirilən müasir dövlətlərin iqtisadi, xüsusən də sənaye və innovasiya siyasətinin ən vacib obyektini kimi çıxış edir. Buna əsasən, Azərbaycan iqtisadiyyatının yeni bir institusional birliyi olaraq milli və dünya bazarlarında bütün quruluşun rəqabət vəziyyətini təmin edən daxili regional bazarda uğurla rəqabət aparan təşkilatları birləşdirən sənaye klasterlərinin qurulması və idarə edilməsi əsas vəzifədir.

Ölkədə klasterləşmə fəaliyyətinin əsas istiqamətləri bir çox dövlət proqramlarında, konsepsiya və strategiyalarda öz əksini tapmışdır. Məsələn, 2012-2020-ci illərdə üzümçülüyn inkişafına dair dövlət Proqramında üzüm istehsalı və emalı sahəsində klasterlərin yaradılması qeyd olunmuşdur. Bundan başqa, “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında da iqtisadiyyatın klasterlər əsasında inkişafı məqsədilə neftin, qazın emal edilməsi 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 sərəncamı ilə təsdiq olunmuş, “Azərbaycanda sənayenin inkişaf etməsinə aid 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 sənayelərin müasirləşdirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi, qeyri-neft sənayelərinin ixrac potensialının artması, yüksək rəqabətqabiliyyətli sənaye istehsalının artması, elm tutumlu və innovativ istehsalın genişlənməsi 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 Azərbaycanda kimyəvi və əczaçılıq məhsullarının istehsalı, xammalın təkrar emalı, gəmi inşası və digər istiqamətlərdə ixtisaslaşan beş sənaye klasteri və dörd sənaye parkı fəaliyyət göstərir.

ARDNŞ Polymeri son illərdə ölkə iqtisadiyyatının qeyri-neft sahəsində reallaşdırılan ən böyük layihədir. Yeni tikilən zavodun ətrafında çoxluq yaradılır. Kiçik və orta müəssisələr bitki məhsullarından son məhsul buraxılana qədər istehsal zəncirini davam etdirmək üçün istifadə edilir.

SOCAR Polymer layihəsinin ümumi dəyəri 750 milyon dollardır. Layihə çərçivəsində 2018-ci ilin birinci rübündə polipropilen zavodunun, üçüncü rübdə isə polietilen zavodunun istifadəyə verilmişdir. Birinci mərhələdə istehsal gücü 120000 ton polietilen və 180 min ton polipropilen olmuşdur. 2021-ci ilə qədər ümumi gücü 570 min ton məhsula çata bilər. Neft-kimya kompleksi məhsullarını həm ölkəmizdə, həm də xarici ölkələrdə - Türkiyə, Avropa və MDB ölkələrində satacaqdır.

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 genbəgün 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.

2018-ci ildə Azərbaycan Respublikasında istehsal olunmuş ÜDM-nin həcmi 2017-ci illə müqayisədə 1,3% artmış və bu göstərici 37009,1 mlyn. AZN olmuşdur (<https://www.economy.gov.az/article/2018-ci-ilin-birinci-rubu-uzre-azerbaycan-respublikasinda-senayenin-inkishafi/29182>).

Neft sahəsində əlavə dəyərin 44,2%-i (16372,1 milyon manat) istehsal edilmiş, 2017-ci il ilə müqayisədə istehsal 1,0%, qeyri-neft sahəsində əlavə dəyərin 55,8%-i (20637,0 milyon manat) istehsal edilmiş, 2017-ci il ilə müqayisədə istehsal 2,0% artmışdır.

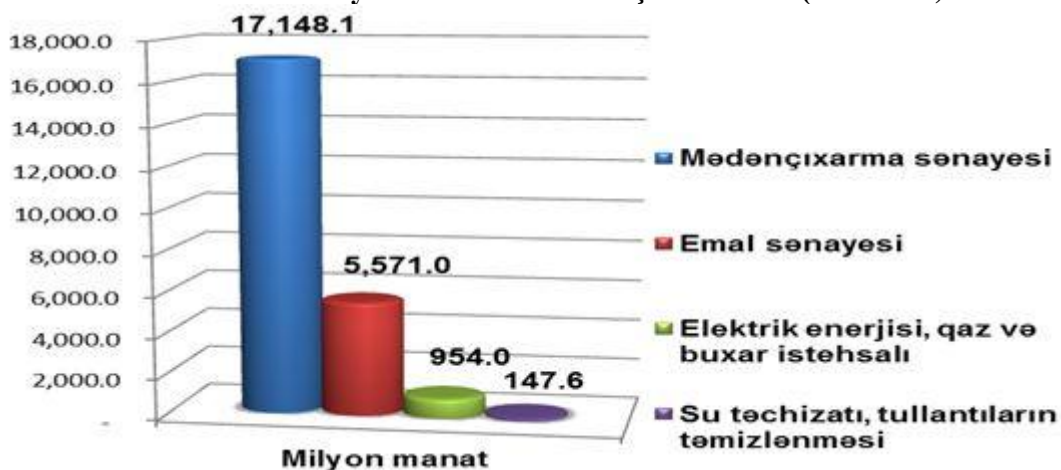
2018-ci il sənayedə istehsal edilmiş mallar və görülmüş xidmətlərin həcmi 23820,6 milyon AZN təşkil etmişdir ki, bu da öz növbəsində 2017-ci illə müqayisədə 1% artım olmuşdur.

Neft sektoru 18655,3 milyon AZN təşkil etmişdir ki, bu da 2017-ci illə müqayisədə 0,2 faiz azalma göstərmişdir.

Qeyri-neft sektoru isə 5165,3 milyon manat olmuş və 2017-ci illə müqayisədə 8,8 faiz artım olmuşdur. Bu artıma əsasən avtomobillər, qoşqular və yarımqoşquların istehsal edilməsi 16,6 dəfə, tütün məhsullarının istehsal edilməsi 3,4 dəfə, mebel istehsalında 2 dəfə, elektrik avadanlıqların istehsal edilməsi 84,1 faiz, hazır olan metal məmulatlarının istehsal olunması 64,1 faiz, toxuculuq sənayeləri 64,1 faiz, tikintidə lazım olan materialların istehsal olunması 34%, metallurgiya aid olan sənayelər 15%, geyim istehsal edilməsi 10,3% sektorlarında müşahidə olunmuşdur (<https://www.economy.gov.az/article/2018-ci-ilin-birinci-rubu-uzre-azerbaycan-respublikasinda-senayenin-inkishafi/29182>).

Sənaye məhsullarının 72,0% mədənçıxarma, 23,4% emal olunma, 4% elektrik enerjisinin, qazın və buxarın istehsal edilməsi, paylanması və təchiz edilməsi, 0,6 faiz isə su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması bölmələrində istehsal olunmuşdur.

**Sxem 4: Sənayedə ümumi buraxılışın istehsalı (2018-ci il)**



**Mənbə:** <https://www.economy.gov.az/article/2018-ci-ilin-birinci-rubu-uzre-azerbaycan-respublikasinda-senayenin-inkishafi/29182>

Elektrik enerjisinin, qazın və buxarın istehsal edilməsi, paylanması və təchiz edilməsi bölməsinin müəssisələri tərəfindən istehsal 2017-ci ilə nisbətən 4%, su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emal olunması bölməsində məhsul və xidmətlərin istehsalı 0,5 faiz artmışdır.

Emal bölməsinin müəssisələri və fərdi sahibkarları tərəfindən 2017-ci il ilə müqayisədə 8,6 faiz daha da çox məhsul istehsal olunmuşdur.

Qeyri-neft emal sənayesi ötən illə müqayisə edildikdə 11,8% artmışdır.

2018-ci ilin sonlarında emal olunma sənayələrində məhsulların istehsal edilməsinin quruluşunda ən yüksək xüsusi çəkiyə malik alt sektorlar neft məhsullarının istehsal edilməsi 29,9 faiz, qida məhsullarının istehsal edilməsi 29,2 faiz, metallurgiya sənayesi 5,8 faiz, tikintidə istifadə olunan materiallarının istehsal edilməsi 5,2 faiz, kimya sənayesi 5,2%, maşınların və maşın avadanlıqların qurulması və təmir edilməsi 5 faiz, toxuculuq sənayesi 2,7 faiz, içki istehsalı 2,6%, rezin və plastik kütlə məhsullarının istehsal edilməsi 2,3%, maşınların və maşın avadanlıqların istehsal edilməsi 2,1 faiz, hazır olan metal məhsulların istehsal edilməsi 1,9 faiz, elektrik avadanlıqların istehsalı 1,9 faiz, poliqrafiya məhsulların istehsal edilməsi 1,5%, avtomobillər, qoşqular və yarımqoşquların istehsal edilməsi 1 faiz təşkil etmişdir, başqa on alt sektorun bərabər xüsusi çəkisi isə 3,7 faiz təşkil etmişdir (<https://www.economy.gov.az/article/2018-ci-ilin-birinci-rubu-uzre-azerbaycan-respublikasinda-senayenin-inkishafi/29182>).

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. Azərbaycanda 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 keyfiyyətliliyə 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, ixracyönümlü 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 həcmünün 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.

Qlobal iqtisadiyyat yeni bir tarixi gerçəklikdir, dünya iqtisadiyyatının inkişaf mərhələsi üçün səciyyəvi olan müxtəlif malların mübadiləsi ilə bir-birinə bağlı olan, milli iqtisadiyyatların ilk növbədə mal istehsal amillərinin hərəkəti ilə əlaqəli olduğu bir iqtisadiyyata, əsasən müxtəlif malların mübadiləsi ilə qarşılıqlı əlaqədə olan, milli iqtisadiyyatların kifayət qədər boş bir qrupundan təkamülün müasir mərhələsidir və qloballaşan nüvənin fəaliyyətindən asılıdır. Bu nüvəni maliyyə bazarları, beynəlxalq ticarət və transmilli istehsal təmsil edir. Qloballaşmanın əsas mənbələrindən biri transmilliləşmədir, ölkənin istehsalının, istehlakının, ixracının,

idxalının və gəlirinin əhəmiyyətli bir hissəsi bu dövlətin xaricindəki beynəlxalq mərkəzlərdən asılıdır. Buradakı aparıcı qüvvələr özləri həm nəticə, həm də beynəlmilləşmənin əsas hərəkətverici qüvvələri olan çoxmillətli şirkətlərdir. Beləliklə, müasir global iqtisadiyyatın əsas iştirakçıları olaraq qalan dövlətlərlə yanaşı, transmilli korporasiyalar da böyük rol oynayırlar (Барышева Е.А., 2013).

Transmilli korporasiyaların fəaliyyətindən danışmadan əvvəl ilk növbədə transmilliləşmə anlayışını araşdıraq.

70-ci illərdən bəri dünya siyasəti və beynəlxalq münasibətlər haqqında ənənəvi fikirlərə əsas əksiklik transmilliləşmə anlayışına çevrildi.

Dünya siyasətinin və beynəlxalq əlaqələrin öyrənilməsində yeni bir istiqamət 1971-ci ildə R.Keohanenin və J. Nye-nin "Transmilli münasibətlər və dünya siyasəti" kitabının redaktorluğu ilə çap olunması ilə meydana gəldi. 1970-ci illərin əvvəllərində baş verən dünya sosial inkişafındakı dəyişikliklərin təhlili əsasında hazırlanan bu əsərdə J.Nye və R. Keohane ayrı-ayrı ölkələr arasında qarşılıqlı asılılıq səviyyəsinin kəskin artdığını, eyni zamanda iqtisadi, siyasi və sosial sahələrdə qarşılıqlı mübadilənin artdığını qeyd etdi. Artıq dövlət belə bir mübadiləni tam şəkildə idarə edə bilmir, beynəlxalq münasibətlərin əsas subyekti kimi keçmiş inhisar rolunu itirməkdədir.

Transmilliləşmə tərəfdarlarının nöqtəyi-nəzərindən, transmilli şirkətlər, qeyri-hökumət təşkilatları, ayrı-ayrı şəhərlər və ya digər ərazi icmaları, müxtəlif sənaye, ticarət və digər müəssisələr və nəhayət ayrı-ayrı şəxslər beynəlxalq münasibətlərin tam hüquqlu subyektlərinə çevrilə bilirlər. Dövlətlər arasındakı ənənəvi siyasi, iqtisadi, hərbi münasibətlər bu dövlətlərin dini, peşə, həmkarlar ittifaqı, işgüzar dairələri arasındakı müxtəlif əlaqələrlə tamamlanır və bəzilərinin rolu bəzilərinin roluna bərabər ola bilər. Dövlətin beynəlxalq ünsiyyətdəki əvvəlki yerini və rolunu itirməsi terminologiyada da ifadə olunmuşdur - "beynəlxalq" (millətlər və dövlətlərin vəhdətinin Qərb anlayışına əsaslanan dövlətlərarası) termini "transmilli" (yəni millətlərarası) termini ilə əvəz edilmişdir.

Transmilliləşmə ardıcıl, ənənəvi beynəlxalq (dövlətlərarası) münasibətlərin keyfiyyətə yenilənmiş beynəlxalq birliyin demokratik öz-özünə təşkili mexanizmi

olaraq yeni dünya siyasəti ilə əvəz edilməlidir. Bu siyasətin əsas istiqamətləri ayrı-ayrı dövlətlərin fərdi hərəkətləri ilə deyil, beynəlxalq siyasi institutların inkişaf məntiqi ilə müəyyənləşdiriləcəkdir: qlobal və regional beynəlxalq təşkilatlar, rəsmi razılaşmalar və qeyri-rəsmi razılaşmalar sistemi, beynəlxalq hüquq institutları və dünya ictimai rəyi (Барышева Е.А., 2013).

Transmilliləşmə prosesinin nəzəri cəhətdən izah edilməsində müxtəlif yanaşmalar olsa da, bu prosesi izah edən vahid nəzəriyyə formalaşmamışdır.

Transmilliləşmə müasir qlobal iqtisadiyyatın ən vacib açar proseslərinin hərəkətverici qüvvəsidir. Onlar dünya bazarındakı mal və xidmətlərin dinamikasını, quruluşunu, rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsini müəyyənləşdirir, kapitalın və xarici birbaşa investisiyaların beynəlxalq hərəkətinə nəzarət edir. İstehsal və maliyyə imkanları sayəsində istehsalın texnoloji inkişafına töhfə verən ən yüksək texnoloji sahələri əllərində cəmləşdirirlər.

Dünyada transmilli tendensiyalar günbəgün artır. 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.

Transmilli korporasiyalar isə iki və ya daha çox ölkədə öz iş bölmələrinə sahib olan və bu bölmələri bir və ya daha çox mərkəzdən idarə edən, uyğun siyasət və ümumi strategiya, resurs, texnologiya və məsuliyyəti bölüşdürməyə imkan

verən belə bir qərar qəbuletmə mexanizmi əsasında idarə edən beynəlxalq firmalardır.

Transmilli korporasiyalar, bu korporasiyaların yerləşdiyi ölkədən kənarında yerləşən, müxtəlif ölkələrdə geniş filial və şöbələrə sahib olan və məhsul istehsalı və satışında lider mövqə tutan istehsal və ya xidmət komplekslərinə sahibdirlər.

Birbaşa xarici investisiyaların sürətli böyüməsi, firmalardan, sənaye sahələrindən və milli sərhədlərdən kənarında texnoloji iş bölgüsü müxtəlif ölkələrdə və fərqli qitələrdə filialları olan nəhəng beynəlxalq tədqiqat və istehsal komplekslərinin yaranması ilə müşayiət olunur. Transmilli korporasiyalar dünya iqtisadiyyatını beynəlxalq istehsala çevirərək bütün istiqamətlərdə - məhsulların texniki səviyyəsi və keyfiyyəti, istehsalın səmərəliliyi, idarəetmə formalarının yaxşılaşdırılması, müəssisə rəhbərliyi ilə elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsini təmin edir.

Beynəlxalq istehsal, ticarət, maliyyə və digər bütün sahələrdə transmillilləşmələrin əhəmiyyəti daim artır. Dünya iqtisadi sisteminin nüvəsi, demək olar ki, məhdud olmayan iqtisadi gücləri əllərində cəmləşdirmiş və bütün xarici kapital qoyuluşlarının üçdə birini təmin edən 100-ə yaxın transmilli korporasiyadır. Müasir dünya iqtisadiyyatında transmillilləşmələrin rolu aşağıdakı göstəricilərdən istifadə edərək qiymətləndirilir:

- TMK-lar dünya ticarətinin təqribən 2/3-ni nəzarətdə saxlayır və bu ticarətin 40% -i TMK-ların daxilində həyata keçirilir, yəni bazar qiymətləri ilə deyil, bazarın təzyiqi altında deyil, ana korporasiyanın uzunmüddətli siyasəti altında yaranan transfer qiymətlərində baş verir;

- dünya sənaye istehsalının təxmini hissəsini təşkil edirlər;

- qeyri-kənd təsərrüfatı istehsalında işləyənlərin təxminən 10%-i TNK müəssisələrində işləyir (təxminən 60%-i ana şirkətlərdə, 40%-i törəmə müəssisələrdə çalışır);

- TMK-lar dünyada mövcud olan bütün patentlərin, lisenziyaların və nou-haunun təxminən 4/5-ni nəzarətdə saxlayırlar (dünya tədqiqatında və inkişafında (R&D) mühüm rol oynayırlar).

Demək olar ki, bütün ən böyük TMK "üçlüyə" - planetimizin üç iqtisadi mərkəzinə - ABŞ, AB və Yaponiyaya aiddir. Son illərdə yeni sənaye ölkələrinin transmilli korporasiyaları dünya bazarında fəaliyyətlərini fəal şəkildə inkişaf etdirirlər.

Aşağıdakı cədvəldə 2018-ci il üçün dünyada transmilli korporasiyaların coğrafi yerləşməsinin xüsusiyyətləri göstərilir.

**Cədvəl 15: Dünyadakı TMK-lərin coğrafi yerinin xüsusiyyətləri**

Dünya ölkələri	Milli TMK-lərin baş ofislərinin sayı, vahidlər	Xarici TMK filiallarının sayı, ədəd	Milli TMK-lərin filiallarının yerləşdiyi ölkələrin sayı, ədəd
ABŞ	23	66	170
Yaponiya	16	53	180
İngiltərə	13	66	145
Fransa	13	67	103
Almaniya	10	70	131
Hollandiya	5	70	103
İsveçrə	3	58	87
İsveç	3	58	105
İtaliya	2	67	66
Kanada	2	73	58
Avstraliya	2	73	21
İspaniya	2	77	134
Çin	1	72	14
Fillandiya	1	56	34
Maksika	1	67	14
Norveç	1	54	42
Belçika	1	70	24
Koreya	1	55	41

**Mənbə:** Барышева Е.А. (2013) Определение направлений повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий

TMK-ların sənaye quruluşu şaxələndirilir: beynəlxalq şirkətlərin 60%-i istehsalat (onlar əsasən elektronika, avtomobil, kimya və əczaçılıq sənayesində ixtisaslaşmışlar), 37% xidmətlər və 3% mədən və kənd təsərrüfatla məşğul olurlar.

Bu qlobal tendensiyada Azərbaycan da istisna deyil. Azərbaycan neft bazarında dominant rol qloballaşma proseslərinin agentləri olan ABŞ, Yaponiya,

Almaniya, Fransa, Böyük Britaniya, İtaliya, İsveç və digərlərinin ən böyük TMK-larına aiddir. Beynəlxalq regionlarda milli iqtisadiyyatların mövqeyi, onların dünya iqtisadiyyatındakı rolu və yeri birdəfəlik verilir.

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.

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 qədəri 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

rəqabətqabiliyyətliliyi 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 (Воронкова О.Н., Пузакова Е.П., 2008).

Beləliklə, ölkəmizin iqtisadi inkişafında TMK-lərin əhəmiyyəti böyükdür və daim artır. Bir tərəfdən bu cür şirkətlər ətraf mühitə mənfi təsir göstərir, digər tərəfdən ekoloji problemlərin həllinə külli miqdarda pul qoyur, istehsalını digər ölkələrdə açır və bununla da iqtisadi və sosial vəziyyətlərini yaxşılaşdırır, dövlətlə bərabər və qlobal problemləri həll etməyə çalışırıq. TMK-lərin cəmiyyət üçün yaxşı olub olmadığını və ya bunun üçün bir problem olduğunu qiymətləndirmək qeyri-mümkündür. Hər halda, transmilliləşmə dünya iqtisadiyyatının inkişafında həm müsbət, həm də mənfi təsir göstərən obyektiv bir tendensiyadır.

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Dissertasiya müəllifinin apardığı tədqiqat bizə aşağıdakı nəticələr çıxarmağa imkan verir:

1. Müasir iqtisadi şəraitdə sənaye müəssisələrinin ixrac potensialının inkişafı üçün mikro səviyyədə bu iqtisadi kateqoriyalı tədqiqat sisteminin istifadəsinə imkan verən nəzəri və metodoloji əsaslar hazırladı.

2. Yüksək texnologiyalı elm tələb edən məhsullar istehsal edən sənaye müəssisələrinin ixrac potensialının və mikro səviyyəli obyektlərin ixrac potensialının quruluşu və məzmununa dair yerli və xarici müəlliflərin fikirləri, ixrac potensialının tərfi aydınlaşdırılır, onun sənaye müəssisəsinin iqtisadi potensialının quruluş elementləri sistemindəki yeri vurğulanır.

3. Müəllifin ixrac potensialının inkişafını öyrənməyə yanaşmasının fərqli bir xüsusiyyəti, onun tərkibində əslində əldə edilmiş və reallaşdırılmamış ixrac potensialının elementlərinin müəyyənləşdirilməsidir. Bu, iki tədqiqat sahəsinə - əslində əldə edilmiş ixrac potensialının inkişafına və iki elementdə - itirilmiş və elan olunmamış ixrac potensialında açıqlanmış həyata keçirilməmiş ixrac imkanlarının təhlilinə səbəb oldu.

4. Müəllif tərəfindən qurulmuş elementləri nəzərə alaraq sənaye müəssisəsinin ixrac potensialının formalaşması və reallaşdırılması prosesi üçün metodologiya hazırlanmışdır ki, bu da bütövlükdə müəssisə üçün əldə edilmiş və proqnozlaşdırılan ixracın həcmi müəyyən etməyə imkan verir; onun inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilir.

5. Sənaye müəssisəsinin ixrac potensialının inkişaf etdirilməsi metodologiyasında təcəssüm edilmişdir. Bu metodologiyaya görə, ixrac potensialının inkişafı iki istiqamətdə aparılmalıdır.

6. Sənaye müəssisələrinin ixrac potensialının inkişafının fəaliyyətlərinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinə təsirini qiymətləndirmək üçün müəllif müqayisə olunan və müqayisə olunmayan məhsulların hər növü üçün səmərəlilik əmsallarının müqayisəsini, habelə əlavə iqtisadi dəyər artımını müəyyən edən göstəricilər sistemi hazırlamışdır.



Bu sistemlə Azərbaycanın yüksək texnoloji elmi məhsul istehsal edən sənaye ixraca yönümlü müəssisələrinin fəaliyyət göstəricilərinin dinamikasını öyrənərək müəllif əmindir ki, belə bir metodoloji yanaşma ixrac inkişafının onların fəaliyyətlərinin ümumi səmərəliliyinə təsirini obyektiv qiymətləndirməyə imkan 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.

# İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

## Azərbaycan dilində

1. “Azərbaycanda məşğulluq: cari və potensial müqayisəli üstünlüklərin tədqiqi” jurnal 2006-cı il
2. Azərbaycan xarici ticarət əlaqələri 2004-2008-ci illərdə tərtib olunmuş məcmular - (2010)
3. Əlirzayev Ə.H., (2002) “İqtisadiyyat: düşüncələr, baxışlar” Bakı, 254 səh.
4. Əliyev A., (2003) “Azərbaycanın iqtisadi siyasəti / Azərbaycanın xarici ticarət iqtisadi əlaqələri”, Bakı “Qanun” 365 səh.
5. Hacıyev F.Ş. (2017) Azərbaycan Respublikasında ixrac potensialının stimullaşdırılmasında vergitutma amilləri. Azərbaycan Vergi jurnalı., № 3, səh. 50.
6. Həsənov Ə., (2005) “Müasir beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti” Bakı, 635 səh
7. Sultanov C., (2008) İxrac potensialı sisteminin strukturu və inkişaf xüsusiyyətləri. “Hüquqi dövlət və qanun” , №10, səh. 45
8. Şəkərəliyev A., Şəkərəliyev Q., (2016) Azərbaycan İqtisadiyyatı: Reallıqlar və perspektivlər. Bakı 412 səh.
9. Şəkərəliyev A.Ş., (1999) “Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər və dünya iqtisadiyyatı” Bakı, 325 səh.
10. Vəliyev T.C., Babayev Ə.P., Meybullayev M.X. (2001) İqtisadi nəzəriyyə, Bakı, № 3, səh 25-30

## İngilis dilində

1. Eurochambers Economic Survey (2007) Commerce International 007. January-February. p. 150-158
2. Michael R. Czinkota, Iikka A. Ronkainen, Michael H. Moffett, Eugene O. Maynihan (1995) Global Bussiness, N.Y.: The Druden Press, p.516

3. International Financial Statistics. - International Monetary Fund  
(ежемесячное статистическое издание)

4. Roos J., Roos G. Dragonetti N.C., Edvinsson L. (2007) Intellectual Capital. Navigating the New Business Landscape. - N.Y.

### **Rus dilində**

1. Бабак Л.М., Веретеникова О.А., Осипов В.А. (2006) Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - № 7-6. - стр. 1011-1015;

2. Барышева Е.А. (2013) Определение направлений повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий // Российское предпринимательство, 234 стр.

3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов. -М: Междунар. отношения, 2001. 544 стр.

4. Войцеховская И.А. (2006) Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности // Проблемы современной экономики. № 1/2 стр. 17-18

5. Воронкова О.Н., Пузакова Е.П., (2008) Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление / Под ред. проф. Е.П. Пузаковой. - М.: Экономист, 155 стр.

6. Гусев Ю.В. (2012) Стратегическое управление: учебное пособие. Часть 1. -М.: МГУ, 514 стр.

7. И.Т. Зайцева, М.И. Соколовой (1998) Искусство разработки и реализации стратегии, М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 576 стр.

8. Киреев А., (1997) “Международная Экономика”. Москва, 610 стр.

9. Корнейко О.В., (2015) Экономика внешнеторгового предприятия: учебное пособие. - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 146 стр.

10. Михайлин, А.Н., (2009) Управление внешнеэкономической деятельностью фирмы: учеб.пособие. - М.:МАЭП, 1121 стр.
11. Морозов, Ю.П., Чкалова О.В., (2004) Внешнеэкономическая деятельность: организационно-экономический аспект / Ю.П. Морозов, О.В. Чкалова.- Нижний Новгород:Высшая школа, 241 стр..
12. Мосейко В.О., Азмина Ю.М. (2011) Многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий региона // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. №2 стр. 63-71.
13. Самохин Р.В., (2011) Оценка экспортного потенциала предприятий лакокрасочной промышленности: Автореф. дис. . канд. экон. наук: 08.00.05. СПб, 365 стр.
14. Сейфуллаева М.Э. (2001) Маркетинговый механизм формирования экспортного потенциала региона: Автореф. дис. . д-ра экон. наук: 08.00.05. Москва
15. Смирнов В. (2002) Экспортный потенциал России: состояние и пути преобразования// Федерализм. №3. 254 - 255 стр.
16. Сухих Д.Г., Кац В.М. (2015) Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт // Вестник науки Сибири. №2 (17) стр. 62-75.
17. Токарев Ю.В. (1997) Формирование и использование экспортного потенциала (на примере промышленных предприятий): Автореф. дис. . канд. экон. наук: 08.00.05. Казань.
18. Томпсон А.А., (2010) Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для ВУЗов - М.: ИНФРА-М, 265 стр.
19. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. (2015) Стратегический менеджмент, 489 стр.
20. Хузяшев Т.Р. (2003) Использование потенциала сети Интернет в экспортной деятельности предприятия (на примере оптической отрасли): Автореферат дис. . канд. экон. наук: 08.00.05. Казань.

## ƏLAVƏLƏR

Əlavə 1

**Cədvəl 1: Müəssisələrin ixrac potensialının elementar strukturunun məzmunu**

No	Potensial elementlər	Göstəricilər
1	2	3
1	İstehsal potensialı	Əsas vəsaitlərin dəyəri
		Aktivlərin qaytarılması
		Əsas vəsaitlərin yenilənməsi əmsalı
		Əsas vəsaitlərin strukturunda idxal olunan avadanlığın payı
		Əsas fondların tərkibində unikal innovativ avadanlıqların payı
1	2	3
2	Maliyyə potensialı	Ümumi gəlirlilik
		Satış həcmi
		Xalis mənfəət
		İş kapitalı
		Mütləq likvidlik nisbəti
		Maliyyə fəaliyyətinin nisbəti
		Ödəmə qabiliyyəti
		Ar-ge və ixrac istehsalının inkişafı üçün alınan dövlət subsidiyalarının miqdarı
		Müəssisə məhsullarının ixracına dövlət zəmanətinin miqdarı
		Müəssisə məhsullarının ixrac tədarükü üçün dövlət borcunun məbləği
		Müəssisə məhsullarının ixrac tədarükünün dövlət sığortasının miqdarı
3	Əmək (kadr) potensialı	Kadr
		Əmək məhsuldarlığı
		İşçi heyətinin ümumi sayında xarici iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan idarəetmə işçilərinin payı
		İxrac olunan məhsulların gömrük bəyannaməsində iştirak edən idarəetmə işçilərinin işçilərin ümumi sayında payı

4	İxrac imkanları	İxrac Satışları
		İxrac artımı
		Satışda ixrac payı
		Mənfəət və İxracın qaytarılması
5	Bazar potensialı	Beynəlxalq sertifikatların mövcudluğu
		Xarici bazarda qarşı tərəflərin sayı
		İdxal edən ölkələrin sayı
		Xarici ölkələrə tədarük olunan məhsulların payı
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
		İxrac nomenklaturası
6	İxrac Rəqabəti	Beynəlxalq standartlara uyğun sertifikatlaşdırılmış məhsulların payı
		1 kq ixrac olunan məhsulun dəyəri
		Cəmi məhsul çeşidində ixrac olunan məhsulların payı
		İdxal olunan yüksək keyfiyyətli komponentlərin və son məhsulun tərkib hissələrinin nisbəti
		Yenilikçi məhsulların nisbəti
		Gömrük ittifaqının tələblərinə uyğun bir işarəsi olan məhsulların nisbəti
		İstehsal olunan məhsulların dövlət zəmanəti və ixrac sığortasına düşən payı
7	İnfrastruktur	Elektron bəyannamələrdən istifadə edərək tərtib edilmiş gömrük bəyannamələrinin payı
		Gömrük orqanına səhvlərlə göndərilən gömrük bəyannamələrinin faizi
		Gömrük ödənişlərinin əlavə tutulmasına və ya inzibati işlərin başlanmasına səbəb olan gömrük bəyannamələrində olan kritik səhvlərin sayı
		Gömrük rəsmiləşdirmə müddəti
8	Beynəlxalq sənaye əməkdaşlığında iştirak	Xarici subpodratçı tərəfdaşların və ya podratçıların sayı
		İstehsalda beynəlxalq əməkdaşlığın səviyyəsi

	Gömrük prosedurlarına uyğun tərtib edilmiş gömrük bəyannamələrinin sayı
	Beynəlxalq lizinq şərtilə texnoloji avadanlıqların idxalı / ixracı üçün müvəqqəti idxal / ixrac gömrük prosedurlarına uyğun tərtib edilmiş gömrük bəyannamələrinin sayı

**Mənbə:** Şəkəraliyev A.Ş., (1999) “Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər və dünya iqtisadiyyatı” Bakı 325 s.

**Əlavə 2**

**Cədvəl 9: Azərbaycan Respublikası 2016-2018-ci illərdə ixracın əmtəə strukturu (min ABŞ dolları)**

HS-kodu	Mal qrupları	2016	2017	2018
1	2	3	4	5
	<b>Cəmi</b>	<b>13 457 592,1</b>	<b>15 319 977,1</b>	<b>19 458 632,5</b>
	<b>Diri heyvanlar və heyvan mənşəli məhsullar</b>	<b>4 214,9</b>	<b>12 606,8</b>	<b>12 090,0</b>
1	Diri heyvanlar	557,8	1 650,4	393,1
2	Ət və digər ət qida məhsulları	57,7	1 715,8	1 337,5
3	Balıqlar və xərçəngkimilər, digər su onurğasızları	158,2	395,6	521,3
4	Süd məhsulları, quş yumurtası, təbii bal və heyvan mənşəli digər ərzaq məhsulları	2 818,7	8 191,1	8 591,6
5	Heyvan mənşəli sair məhsullar	622,5	653,9	1 246,5
	<b>Bitki mənşəli məhsullar</b>	<b>386 559,7</b>	<b>518 273,9</b>	<b>585 473,9</b>
6	Canlı ağaclar və sair bitkilər, kəsilmiş çiçəklər	563,4	388,3	380,9
7	Tərəvəzlər, meyvəköklülər və kök yumruları	129 022,1	210 089,9	233 313,9
8	Yeməli meyvələr və qoz-fındıq, sitrus bitkiləri	243 755,4	292 653,9	326 313,9
9	Qəhvə, çay, maté və ədviyyatlar	6 197,7	10 291,0	9 383,6
10	Dənli bitkilər	2 618,7	11,9	7 802,8
11	Unüyütmə və yarma sənayesi məhsulları, maya, nişasta	61,2	59,9	507,1
12	Yağlı toxum və meyvələr, digər toxum, dərman bitkiləri	2 880,1	3 486,8	6 579,9
13	Bitki qarışıqları və ekstraktlar	1 410,9	1 146,5	1 059,6
14	Bitki mənşəli sair məhsullar	50,2	145,7	132,2
	<b>Heyvan və ya bitki mənşəli piylər və yağlar</b>	<b>17 113,8</b>	<b>17 046,9</b>	<b>16 861,9</b>
15	Heyvan və ya bitki mənşəli piylər və yağlar	17 113,8	17 046,9	16 861,9

	<b>Hazır ərzaq məhsulları, spirtli və spirtsiz içkilər, sirkə, tütün</b>	<b>117 633,9</b>	<b>110 982,8</b>	<b>90 707,7</b>
16	Ətdən və balıqdan alınan hazır məhsullar	366,4	393,2	335,9
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
17	Şəkər və şəkərdən hazırlanan qənnadı məmulatları	62 275,4	40 244,2	25 474,3
18	Kakao və ondan hazırlanan məhsullar	4 940,7	6 017,1	3 784,4
19	Taxıldan, undan və ya süddən alınan hazır məhsullar, unlu qənnadı məmulatları	1 094,3	1 883,9	2 210,1
20	Tərəvəz, meyvə, qoz- fındıq və bitkilərin digər hissələrinin emal məhsulları	11 414,9	15 471,4	17 426,4
21	Sair müxtəlif ərzaq məhsulları	1 977,0	3 340,0	4 066,8
22	Spirtli və spirtsiz içkilər, sirkə	18 731,3	21 923,1	16 249,3
23	Yeyinti sənayesinin qalıqları və tullantıları	7 935,0	6 405,9	6 895,6
24	Tütün və tütünün sənaye əvəzediciləri	8 898,9	15 304,0	14 264,9
	<b>Mineral məhsullar</b>	<b>12 301 219,8</b>	<b>13 911 994,5</b>	<b>17 920 300,0</b>
25	Duz, kükürd, torpaq və daş, əhəng və sement	15 152,7	25 247,4	26 199,7
26	Filizlər, şlaklar və kül	15 906,7	19 579,1	19 485,0
27	Mineral yanacaq, neft və neft emalı məhsulları	12 270 160,4	13 867 168,0	17 874 615,3
	<b>Kimya sənaye məhsulları</b>	<b>55 892,2</b>	<b>79 562,4</b>	<b>78 106,9</b>
28	Qeyri üzvi kimyanın məhsulları; qiymətli metallar	4 743,5	3 873,3	4 787,1
29	Kimyəvi üzvi birləşmələr	43 070,2	67 262,2	64 588,6
30	Əczaçılıq məhsulları	1 063,6	1 047,7	1 880,6
31	Gübrələr	2 415,5	2 189,2	522,3
32	Aşılmalı və boyayıcı ekstraktlar, boyalar və laklar	959,3	1 761,2	2 261,0
33	Efir yağları, ətriyyat, kosmetika və tualet vasitələri	374,0	381,7	437,5
34	Sabun, yuyucu vasitələr və analoji məmulatlar	218,3	362,0	142,3
35	Zülal tərkibli maddələr, nişasta və yapışqan, fermentlər	39,0	48,5	7,3
36	Partlayıcı maddələr, pirotexnika məmulatları, kibrit	-	-	-
37	Foto və kino malları	29,6	-	6,5
38	Digər kimyəvi məhsullar	2 979,2	2 636,6	3 473,7



	<b>Plastik kütlələr, kauçuk, rezin, onlardan hazırlanan məmulatlar</b>	<b>99 649,2</b>	<b>102 514,2</b>	<b>119 289,5</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
39	Plastik kütlələr və onlardan hazırlanan məmulatlar	98 974,8	101 120,1	118 592,8
40	Kauçuk, rezin və onlardan hazırlanan məmulatlar	674,4	1 394,1	696,7
	<b>Emal olunmamış gön, aşılınmış dəri, təbii xəz, onlardan hazırlanan məmulatlar</b>	<b>15 225,7</b>	<b>15 153,3</b>	<b>13 341,4</b>
41	Emal olunmamış gön (xəzdən başqa) və aşılınmış dəri	15 092,5	14 979,1	13 259,4
42	Dəri məmulatları, qadın çantaları və analogi mallar	97,4	164,6	81,1
43	Təbii və süni xəz, ondan hazırlanan məmulatlar	35,8	9,6	0,9
	<b>Oduncaq, mantar və onlardan hazırlanan məmulatlar, hörmə məhsulları</b>	<b>1 197,4</b>	<b>1 129,6</b>	<b>284,8</b>
44	Oduncaq və ondan hazırlanan məmulatlar	1 197,1	1 129,4	284,8
46	Küləş və hörmə üçün digər materiallardan məmulatlar	0,3	0,0	-
	<b>Oduncaqdan hazırlanan kütlə, kağız və karton, onlardan hazırlanan məmulatlar</b>	<b>4 512,9</b>	<b>5 443,6</b>	<b>9 882,7</b>
47	Oduncaqdan hazırlanan kütlə və makulatura	2,3	-	-
48	Kağız, karton və onlardan hazırlanan məmulatlar	4 394,6	4 147,4	1 852,1
49	Kitablar, qəzetlər və digər poliqrafiya məmulatları	116,0	1 296,2	8 030,6
	<b>Toxuculuq materialları və məmulatları</b>	<b>38 681,9</b>	<b>76 845,6</b>	<b>135 209,5</b>
50	İpək	145,0	543,0	292,2
51	Yun, zərif və ya qaba heyvan tükü	95,2	173,1	85,6
52	Pambıq	24 231,6	51 962,3	108 346,1
53	Sair bitki mənşəli toxuculuq lifləri	-	71,2	92,5
54	Kimyəvi saplar	774,3	1 183,0	1 480,5
55	Kimyəvi liflər	199,8	291,8	354,2
56	Pambıq, keçə və sair toxunmamış materiallar, kəndir, ip	11,2	75,2	38,8
57	Xalçalar və digər toxunma döşəmə örtükləri	176,5	139,1	324,0
58	Xüsusi parçalar, krujeva, qobelen, tikmələr	122,9	404,3	788,4

59	Hopdurulmuş, üzüklü toxuculuq materialları	4,1	18,2	46,2
60	Maşınla və ya əllə toxunma trikotaj parçalar	0,4	0,1	36,7
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
61	Toxunmuş trikotaj geyim əşyaları və ləvazimatları	719,0	249,1	358,1
62	Paltar və geyim ləvazimatları (trikotajdan başqa)	1 432,8	1 310,1	985,2
63	Digər hazır toxuculuq məmulatları, işlənmiş geyimlər	10 769,1	20 425,1	21 981,0
	<b>Ayaqqabı, baş geyimləri, çətirlər, çəliklər, lələklər, süni güllər</b>	<b>337,2</b>	<b>386,9</b>	<b>165,2</b>
64	Ayaqqabı, getrlər və analogi məmulatlar	290,6	331,4	155,8
65	Baş geyimləri və onların hissələri	45,2	51,5	8,8
66	Çətirlər, çəliklər, oturacaqlar, qırmanc, qamçılar və onların hissələri	1,3	1,4	0,4
67	Lələk və quş tükü; süni güllər; quş tükü və insan saçından hazırlanan məmulatlar	0,1	2,6	0,2
	<b>Daş, gips, sement, asbest, slyuda, keramika və şüşədən məmulatlar</b>	<b>805,7</b>	<b>7 893,5</b>	<b>4 776,8</b>
68	Daş, gips, sement, asbest, slyuda və analogi materiallardan məmulatlar	477,7	7 404,0	4 023,1
69	Keramika məmulatları	228,8	345,5	328,0
70	Şüşə və ondan hazırlanan məmulatlar	99,2	144,0	425,7
	<b>Mirvari, qiymətli daşlar və metallar, onlardan hazırlanan məmulatlar</b>	<b>77 205,7</b>	<b>141 530,1</b>	<b>119 243,7</b>
71	Mirvari, qiymətli daşlar, qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar, bijuteriya, sikkələr	77 205,7	141 530,1	119 243,7
	<b>Az qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar</b>	<b>223 474,6</b>	<b>245 050,6</b>	<b>252 514,0</b>
72	Qara metallar	38 990,0	37 749,3	32 902,5
73	Qara metallardan məmulatlar	57 086,4	45 136,6	53 346,0
74	Mis və ondan hazırlanan məmulatlar	19 445,0	30 697,9	40 357,1
75	Nikel və ondan hazırlanan məmulatlar	4,5	2,1	7,2
76	Alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar	98 056,9	117 674,3	112 233,7
78	Qurğuşun və ondan hazırlanan məmulatlar	6 488,9	10 014,0	10 920,3
79	Sink və ondan hazırlanan məmulatlar	188,6	1 165,7	39,0
81	Digər azqiymətli metallar; metal keramikası	31,2	5,0	-

82	Az qiymətli metallardan alətlər, qurğular, bıçaq, qaşiq və çəngəllər	3 041,4	2 364,3	2 376,0
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
83	Az qiymətli metallardan hazırlanan digər məmulatlar	141,7	241,4	332,2
	<b>Məşinlər, mexanizmlər, elektrotexniki avadanlıqlar, aparatura</b>	<b>39 090,7</b>	<b>50 449,0</b>	<b>64 642,2</b>
84	Nüvə reaktorları, qazanlar, avadanlıqlar və mexaniki qurğular, onların hissələri	27 336,1	36 022,1	43 045,7
85	Elektrik məşinləri və avadanlıqları, aparatura, onların hissələri	11 754,6	14 426,9	21 596,5
	<b>Quru nəqliyyat vasitələri, uçan aparatlar, üzən nəqliyyat vasitələri</b>	<b>60 793,2</b>	<b>11 520,5</b>	<b>9 386,7</b>
86	Dəmiryol lokomotivləri və tramvay vaqonları, digər dəmiryol nəqliyyat vasitələri	402,9	750,3	2 281,2
87	Quru nəqliyyat vasitələri (dəmiryol nəqliyyat vasitələrindən başqa) və onların hissələri	16 341,2	10 397,6	4 044,5
89	Gəmilər, qayıqlar və üzən konstruksiyalar	44 049,1	372,6	3 061,0
	<b>Optik, fotoqrafik, kinematoqrafiya, ölçü, nəzarət, tibbi alət və aparatları, saatlar, musiqi alətləri</b>	<b>7 030,9</b>	<b>6 831,0</b>	<b>12 438,3</b>
90	Optik, fotoqrafik, kinematoqrafiya, ölçü, nəzarət, tibbi və ya cərrahiyyə alətləri və aparatları	6 942,7	6 567,2	12 383,5
91	Bütün növ saatlar və onların hissələri	72,2	215,6	23,2
92	Musiqi alətləri, onların hissələri və ləvazimatları	16,0	48,2	31,6
	<b>Müxtəlif sənaye malları</b>	<b>1 894,7</b>	<b>2 429,9</b>	<b>1 803,5</b>
94	Mebel; yataq ləvazimatları, döşəklər, döşək əsasları, divan yastıqları və analoji doldurulma mebel ləvazimatları; başqa yerdə adları çəkilməyən lampalar və işıqlandırıcı avadanlıq; yığma tikinti konstruksiyaları və s.	1 711,6	2 242,5	1 613,9
95	Oyuncaqlar, oyunlar və idman avadanlıqları	158,9	142,8	77,9
96	Müxtəlif hazır məmulatlar	24,2	44,6	111,7
	<b>İncəsənət əsərləri, kolleksiya əşyaları və antikvariat</b>	<b>466,2</b>	<b>137,0</b>	<b>138,2</b>
97	İncəsənət əsərləri, kolleksiya əşyaları və antikvariat	466,2	137,0	138,2

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> - 2019

**Cədvəl 10: Azərbaycanın 2016-2018-ci illərdə əsas malların ixracının dinamikası**

Malların adı	2016		2017		2018	
	Miqdarı	Məbləği, min ABŞ dolları	Miqdarı	Məbləği, min ABŞ dolları	Miqdarı	Məbləği, min ABŞ dolları
1	2	3	4	5	6	7
Kartof, ton	38 229,4	15 789,1	57 597,2	25 821,6	66 563,4	29 627,5
Təzə tərəvəz, ton	124 511,0	113 186,6	229 697,2	184 207,6	233 316,5	202 794,4
Təzə meyvə, ton	214 349,9	243 434,9	260 700,2	291 965,9	319 204,1	325 571,8
Çay, ton	1 137,7	6 178,8	1 735,0	10 232,7	1 367,0	9 373,9
Buğda unu, ton	24,0	7,2	11,0	9,7	1 207,1	325,8
Bitki yağları, ton	10 253,6	10 711,2	9 491,7	9 887,3	10 842,2	9 353,8
Hidrogenləşdirilmiş piylər və yağlar, ton	2 845,3	3 464,6	3 630,6	4 568,8	3 634,2	4 656,6
Marqarin, qida üçün yararlı olan digər qarışıqlar, ton	2 965,4	2 938,0	2 630,9	2 590,8	2 768,5	2 819,8
Şəkər, min ton	108,4	62 030,0	61,2	39 515,1	44,1	24 974,7
Meyvə və tərəvəz konservləri, ton	5 768,3	5 150,0	5 962,5	5 207,3	6 688,7	7 753,6
Meyvə və tərəvəz şirələri, ton	6 121,2	6 264,9	9 627,2	10 264,2	7 487,2	9 672,8
Təbii üzüm şərabları və üzüm suslosu, min dkl.	189,5	3 585,3	375,0	6 008,6	657,6	7 721,7
Tünd spirtli içkilər, min dkl. 100 %-li spirtlə	361,0	14 466,3	390,9	14 553,7	143,2	6 580,0
1	2	3	4	5	6	7
Tütün, ton	2 217,9	7 982,7	4 586,3	14 265,7	4 175,7	12 730,2
Siqaret, mlyn. ədəd	65,1	916,2	88,8	1 038,3	134,2	1 534,8
Xam neft, min ton	34 096,4	10 692 835,5	30 524,4	12 171 339,3	29 498,3	15 719 482,4
Xam neft, ARDNŞ və ABƏŞ-in hesabatlarına əsasən, min ton	34 972,3	10 292 209,6	32 845,0	12 300 777,8	32 651,1	16 345 520,0
Reaktiv mühərriklər üçün kerosin yanacağı, min ton	236,3	78 200,5	181,0	82 186,8	304,7	174 556,3
Ağır destilyatlar və ya başqa məqsədlər üçün qazoyllar, min ton	1 228,1	316 275,2	603,2	241 871,5	661,2	329 670,8
Təbii qaz, mlyn. kub metr	8 396,0	1 096 683,2	8 258,8	1 237 569,4	7 900,0	1 499 385,8

Təbii qaz, ARDNŞ və ABƏŞ-in hesabatlarına əsasən, mlyn. kub metr	8 049,1	1 147 160,4	8 857,0	1 268 609,6	9 914,9	1 705 668,6
Maye yanacaq, min ton	61,1	9 437,1	23,3	4 720,7	18 621,4	2 705,7
Sürtkü yağları, ton	9 358,7	2 902,4	20 931,3	6 943,5	30 527,1	13 658,4
Neft koksu, ton	172 677,1	10 401,1	257 296,3	15 468,5	225 945,0	14 677,1
Elektrik enerjisi, mlyn. kVt.s	646,8	28 344,5	1 160,2	50 969,0	1 397,3	65 627,7
Asiklik spirtlər, onların törəmələri, ton	212 164,0	33 928,0	266 305,0	52 396,2	212 699,3	44 725,5
Etilen polimerləri, ilkin formada, ton	85 105,5	81 283,3	75 803,8	75 448,5	79 705,6	74 365,9
İribuynuzlu heyvanın dəriləri, min ədəd	768,3	12 307,8	422,9	12 526,5	396,6	9 960,2
Emal olunmamış qoyun və quzu dəriləri, min ədəd	1 769,7	2 405,9	886,1	1 329,1	965,9	1 455,4
Kağız və karton, onlardan hazırlanan məmulatlar, ton	31,4	81,2	24,9	67,0	19,7	67,7
Pambıq lifi, ton	5 083,4	6 039,6	22 024,9	32 555,7	52 512,1	79 529,9
Pambıq ipliyi, ton	9 362,5	18 013,3	7 028,6	15 922,5	9 488,5	23 667,8
Sintetik kompleks saplardan parçalar, min kv. metr	4 844,4	636,1	4 792,6	1 014,5	5 999,6	1 344,7
Toxuculuq materiallarından kisə və paketlər, ton	6 438,4	9 145,3	7 359,3	15 993,0	8 358,9	17 411,2
Qara metallardan yarımfabrikatlar, ton	152 368,5	34 446,5	76 575,5	23 613,7	38 434,9	16 941,2
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Qara metallardan çubuqlar, ton	6 086,1	2 353,0	21 054,3	10 054,0	23 366,2	12 608,5
Qara metallardan künclüklər və şvellerlər, ton	237,3	119,5	3 457,5	1 632,6	866,2	502,1
Emal olunmamış alüminium, ton	43 407,2	49 819,2	31 620,4	51 229,3	34 583,8	71 438,8
Maye nasoslari, ədəd	390,0	623,5	610,0	964,6	606,0	3 842,7

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroecconomy.php?page=1> - 2019

Cədvəl 11: Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların ölkələr üzrə sayı (nəfər)

<b>Cəmi</b>	<b>2 248 773</b>	<b>2 696 745</b>	<b>2 849 592</b>
o cümlədən ölkələr üzrə:			
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Rusiya Federasiyası	744 125	854 331	880 029
Gürcüstan	506 306	538 213	610 556
İran	248 632	363 528	241 124
Türkiyə	313 341	301 924	291 499
Böyük Britaniya	29 514	31 751	29 417
Ukrayna	55 508	57 818	57 707
Qazaxıstan	31 994	36 360	37 824
ABŞ	12 291	15 178	17 516
Almaniya	13 042	16 319	17 200
Özbəkistan	16 093	18 795	18 306
Çin	7 363	10 274	15 730
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
İsrail	10 814	15 385	40 158
Türkmənistan	7 637	17 101	28 305
Belarus	12 320	13 119	13 024
Hindistan	6 012	14 244	39 051
Fransa	5 785	6 959	7 903
İtaliya	8 654	10 133	11 035
Pakistan	3 998	17 579	41 307
Koreya Respublikası	3 132	4 642	7 854
Kanada	2 320	3 190	4 108
Norveç	1 937	2 054	2 364
Niderland	3 764	4 703	5 892
Belçika	1 603	1 559	1 996
Qırğızıstan	2 705	2 865	3 226

Polşa	3 014	4 683	5 049
Moldova	3 735	3 628	3 574
Filippin	1 889	2 575	3 698
Yaponiya	3 383	4 347	5 539
Qatar	3 323	7 896	12 461
Avstriya	2 417	2 405	2 830
İsveç	2 003	2 616	3 042
Avstraliya	1 851	2 455	3 251
Bolqarıstan	1 531	1 527	2 552
Latviya	1 566	1 796	2 433
Litva	1 344	1 708	1 903
İsveçrə	1 672	1 870	2 517
Finlandiya	1 016	1 418	1 695
Bosniya və Hersoqovina	257	321	314
Rumıniya	1 427	1 735	1 601
Portuqaliya	872	990	1 324
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
İrlandiya	1 190	1 523	1 514
Malayziya	1 337	1 611	1 484
Estoniya	844	928	1 163
Çexiya Respublikası	1 785	2 272	2 192
Tacikistan	1 541	2 434	2 246
İspaniya	2 445	2 903	3 807
Danimarka	1 060	1 392	1 508
Yunanıstan	1 276	1 464	1 519
İraq	62 983	62 547	67 514
İordaniya	945	2 108	3 573
Misir	1 409	2 148	3 711
Xorvatiya	1 185	1 126	1 053
Macarıstan	1 747	2 256	2 516

Cənubi Afrika	902	938	1 284
Əfqanıstan	535	707	1 144
Səudiyyə Ərəbistanı	7 463	33 312	73 284
Slovakiya	797	1 404	1 454
Yeni Zelandiya	480	473	869
İndoneziya	1 285	1 798	2 303
Suriya	654	1 625	4 811
Kolumbiya	592	542	759
BƏƏ	53 180	102 498	94 031
Tayland	550	604	630
Banqladeş	877	988	1 233
Braziliya	1 028	1 290	1 722
Sinqapur	860	858	1 033
Makedoniya	278	262	325
Sloveniya	611	623	586
Livan	492	686	890
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Nigeriya	354	243	350
Trinidad və Tobaqo	226	162	171
Küveyt	1 699	16 481	29 803
Lüksemburq	322	303	345
Venesuela	436	287	301
Əlcəzair	189	473	547
Mərakeş	338	949	1 127
Bəhreyn	1 562	5 628	11 422
İslandiya	368	298	285
Boliviya	53	59	79
Vyetnam	146	248	322
Liviya Ərəb Cumhuriyyəti	128	225	148
Kamerun	85	146	50



Malta	120	124	174
Çili	77	166	115
İşğal olunmuş Fələstin əraziləri	236	674	1 716
Həbəşistan	197	118	72
Kuba	169	55	103
Serbiya	1 048	1 198	1 137
Digər ölkələr	10 499	35 594	44 253

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1> - 2019

## Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Müəssisələrin ixrac potensialının elementar strukturunun məzmunu....	70
Cədvəl 2: Azərbaycanda 2016-2018-ci illərdə əsas makroiqtisadi göstəricilər.....	31
Cədvəl 3: Əsas makroiqtisadi göstəricilərin indeksləri, əvvəlki ilə nisbətən, faizlə.....	32
Cədvəl 4: Xarici ticarət dövriyyəsinin dinamikası.....	33
Cədvəl 5: Ölkələr üzrə xarici ticarət dövriyyəsi (min ABŞ dolları) .....	34
Cədvəl 6: Əməliyyat növləri üzrə ixrac (min ABŞ dolları) .....	35
Cədvəl 7: Azərbaycanın Respublikasında 2016-2018-ci illərdə ixracın coğrafi quruluşu.....	36
Cədvəl 8: Azərbaycanın Respublikasında 2010-2014-cü illərdə ixracın coğrafi quruluşu (ümumi ixracda xüsusi çəkisi, faizlə).....	36
Cədvəl 9: Azərbaycan Respublikası 2016-2018-ci illərdə ixracın əmtəə strukturu (min ABŞ dolları).....	71
Cədvəl 10: Azərbaycanın 2016-2018-ci illərdə əsas malların ixracının dinamikası.....	76
Cədvəl 11: Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların ölkələr üzrə sayı (nəfər).....	78
Cədvəl 12: 2016-2019-cu illərdə sənaye istehsalının strukturu.....	43
Cədvəl 13: Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat.....	44
Cədvəl 14: Sənayedə əsas kapitala yönəldilən investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manat.....	46
Cədvəl 15: Dünyadakı TMK-lərin coğrafi yerinin xüsusiyyətləri.....	61

## **Sxemlərin siyahısı**

Sxem 1. Müəssisənin ixrac potensialının təhlili mərhələləri.....	29
Sxem 2. Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) həcmi, faktiki qiymətlərlə, milyon manat.....	45
Sxem 3: Sənayedə əsas kapitalla yönəldilən investisiyalar (faktiki qiymətlərlə), milyon manat.....	48
Sxem 4: Sənayedə ümumi buraxılışın istehsalı (yanvar-iyun 2018-ci il) .....	55

## **Şəkillər Siyahısı**

Şəkil 1: Klasterin quruluşları.....	51
-------------------------------------	----