



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI İSTEHSALI VƏ İXRAC POTENSİALININ ARTIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ

Xəyyam Natiq oğlu Cavadzadə¹

XÜLASƏ

Tədqiqatın məqsədi – kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı vəziyyətinin araşdırılması, sahə məhsullarının ixracının artırılmasına aqrar bazarların təsiri istiqamətlərinin və ixrac istiqamətində olan problemlərin müəyyən edilməsidir.

Tədqiqatın metodologiyası – tədqiqat zamanı analiz, sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının düzgün təşkili bu sahədə fəaliyyət göstərən istehsalçıların qarşılaşdıqları problemləri aradan qaldıra, ölkə əhalisinin aqrar sahə məhsulları ilə təminatını yaxşılaşdırır və məhsul ixracının həcmində artırılmasına imkan verə bilər.

Tədqiqatın nəticələri – araşdırmalara görə müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı və ixrac potensialının artırılması istiqamətində aparılan məqsədyönlü tədbirlər sayəsində məhsul istehsalı və onun ixracında dinamik artıma nail olunmuşdur. İrəli sürülən təkliflərin təcürbədə tətbiqi regionlarda kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalını artırmaqla, istehsal edilən məhsulların ölkəmizdə fəaliyyət göstərən aqrar bazarlar vasitəsi ilə sərbəst olaraq xarici iqtisadi əlaqələr qurmaqla satışının təşkilinə əlverişli şərait yarada bilər.

Tədqiqatın elmi yeniliyi – kənd təsərrüfatı məhsulları bazasının genişləndirilməsi və ixrac potensialının artırılmasının zəruriliyi əsaslandırılmış, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının mövcud problemləri müəyyən edilərək, bazarların təşkili prosesinin və xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsinin sürətləndirilməsi hesabına sahənin ixrac potensialının artırılması istiqamətində təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: aqrar ərzaq bazarı, xarici iqtisadi əlaqələr, rəqabətqabiliyyətli məhsullar, ixrac potensialı, beynəlxalq ticarət.

Giriş

Ölkə ərazisində kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyətinin və çeşidinin təmin olunması hesabına daxili tələbatın ödənilməsi və ixrac potensialının artırılması istiqamətində əməli addımlar atılmasına nail olmaq mümkündür.

Hər bir ölkədə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalından birbaşa asılıdır. Hazırda kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının artırılması istiqamətində dövlətin tənzimləmə siyasətinin gücləndirilməsi və ixrac potensialının artırılmasının konseptual məsələlərinin araşdırılması mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Aparılmış təhlillər nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, kənd təsərrüfatı və ərzaq (KTƏ) məhsulları üzrə ixrac potensialının gücləndirilməsi istiqamətində həyata keçirilən dövlət siyasətinin təsiri altında Azərbaycanın bu məhsullar üzrə ixrac göstəricilərində ümumilikdə artım müşahidə olunur. KTƏ məhsullarına həm təbii formada kənd təsərrüfatı məhsulları (məsələn, təzə alma, xam pambıq, xam yun və s.), həm kənd təsərrüfatı məhsullarının ilkin emalı nəticəsində əldə edilmiş qeyri-ərzaq məhsulları (məsələn, pambıq mahlıcı və ipliği, gön-dəri, ipək və s.), həm də bütünlükdə ərzaq məhsulları (məsələn, spirtli içkilər, yağ, şəkər və s.) aiddir. Bu məhsulların qeyri-neft məhsullarındakı xüsusi çəkisi də getdikcə artmaqdadır. KTƏ məhsullarının idxalında emal məhsullarının, ixracda isə bunun əksinə, xammal formasında olan məhsulların xüsusi çəkisi daha böyükdür.

¹Əsas Müəllif/Corresponding author: i.f.d., dosent Xəyyam Natiq oğlu Cavadzadə, ADİU, xayyam1984@mail.ru, cavadzada.xayyam@unec.edu.az, <https://orcid.org/0009-0001-0150-7116>



Digər tərəfdən, KTƏ məhsullarını daha yüksək qiymətə AB ölkələrinə reallaşdırma biləcəyimiz halda onları daha ucuz qiymətə Rusiya Federasiyasına ixrac edirik. Deməli, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixracında əsas diqqət emal məhsullarına yönəldilməlidir. Ancaq nəzərə almaq lazımdır ki, yerli məhsulların emalı nəticəsində əldə edilən məhsullar xarici bazara çıxdığı andan heç də rəqabətqabiliyyətli olmaya bilər. Bunun üçün keyfiyyət standartlarının təmin edilməsinə nəzarət gücləndirilməli və yalnız bundan sonra ölkənin milli brendinin formalaşdırılması istiqamətində təşviq tədbirləri görülməlidir (Əliyev, 2021).

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı Azərbaycan iqtisadiyyatının çox mühüm sferası kimi ÜDM-nin təxminən 5%-ni formalaşdırır və əhalinin istehlak fondunun ən azı üçdə ikisi bilavasitə bu sektor hesabına təmin olunur. Buradan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, ölkə əhalisinin böyük bir hissəsinin çalışdığı kənd təsərrüfatına dövlətin xüsusi diqqət və qayğı göstərməsi kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı üçün çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Təsadüfi deyil ki, kənd təsərrüfatına dövlət dəstəyi ilbəl artırılır. Dövlət büdcəsinin investisiya bölməsində bu sahəyə ayrılan vəsait ötən illərdən çoxdur. Respublikamızda həyata keçirilən iqtisadi islahatların tərkib hissələrindən biri də kənd təsərrüfatı və aqrar sənayenin inkişaf etdirilməsidir.

Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının artırılması istiqamətində aparılan tədbirlər sahəsində mühüm iqtisadi təminat amillərindən biri fiskal siyasətdir. Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının artırılmasının ən mühüm iqtisadi təminat amillərindən birini təşkil edən dövlət büdcəsi çərçivəsində daha çox dotasiya və subsidiyalardan, digər məqsədli dövlət vəsaitlərindən və yardımlarından geniş istifadə edilir. Kənd təsərrüfatı sahəsinə dövlət yardımları isə müxtəlif kriterilər üzrə aparılır. Həmin kriterilər rolunda kənd təsərrüfatında çalışan işçilərin orta aylıq əməkhaqlarının respublika üzrə orta göstəriciyə və ya sənaye sahəsi üzrə orta göstəriciyə uyğunlaşdırılması (yaxınlaşdırılması), kredit resurslarına və digər bank-maliyyə xidmətlərinə çıxış imkanlarının artırılması və s. çıxış edir (Əkbərov, 2019).

Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının mövcud vəziyyəti

Respublikamızda kənd təsərrüfatı və aqrar sənayenin inkişafı istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir ki, bunun da ölkəmizin gələcək iqtisadi potensialının artırılmasında mühüm əhəmiyyəti vardır.

Hazırda ölkəmizdə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının mövcud vəziyyəti aşağıdakı 2 sayılı cədvəldə əks etdirilmişdir.

Cədvəl 1. Azərbaycan Respublikasında əsas kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, min ton

S/s	İllər	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2023-cü ildə 2010-cu ilə nisbətən %-lə
1	Dənli və dənli paxlalılar	2000,5	2999,4	3257,1	3363,0	3161,3	3248,6	162,4
2	Pambıq	38,2	35,2	336,8	287,0	322,5	276,3	7,2 dəfə
3	Tütün	3,2	3,5	6,9	6,4	5,1	6,3	196,9
4	Kartof	953,7	839,8	1037,6	1062,0	1074,3	1010,5	106,0
5	Tərəvəz	1189,5	1275,3	1738,9	1815,5	1823,3	1825,6	153,5



6	Bostan məhsulları	433,6	484,5	448,1	459,9	469,3	438,2	101,1
7	Meyvə və giləmeyvə	729,5	888,4	1133,1	1204,9	1253,1	1261,3	172,9
8	Üzüm	129,5	157,1	208,0	209,8	212,6	224,5	173,4
9	Ət (kəsilmiş çəkiddə)	244,9	298,6	346,0	357,6	368,2	379,7	155,0
10	Süd	1535,8	1924,5	2192,5	2223,4	2264,7	2284,0	148,7
11	Yumurta, milyon ədəd	1178,6	1552,9	1906,2	1838,8	2018,1	2188,2	185,7
12	Yun (fiziki çəkiddə)	15,6	17,0	16,1	16,1	15,8	15,1	96,8
13	Barama, ton	6,0	0,2	446,6	497,4	341,4	357,0	59,5 dəfə
14	Bal	1,9	2,6	6,6	6,8	7,4	4,6	2,4 dəfə

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet saytı - <https://www.stat.gov.az/source/trade/> (20.11.2024)

1 sayılı cədvəldən görüldüyü kimi təhlil edilən dövrdə respublikamızda əsas kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı dinamik olaraq artmışdır. Bu artım həm ərzaq, həm də qeyri-ərzaq məhsulları istehsalında özünü göstərir. Belə ki, 2010-cu ilə nisbətən 2023-cü ildə əsas ərzaq məhsullarından olan dənli və dənli paxlalıların istehsalı 62,4%, tərəvəz istehsalı 53,5%, meyvə və giləmeyvə istehsalı 72,9%, üzüm istehsalı 73,4%, ət istehsalı 55,0%, süd istehsalı 48,7%, yumurta istehsalı isə 85,7% artmışdır. Həmin dövrdə texniki kənd təsərrüfatı məhsulları olan pambıq və tütün üzrə artım sürəti nisbətən daha yüksək olmuşdur. Belə ki, bu məhsullar üzrə 2010-cu ilə nisbətən 2023-cü ildə istehsalın həcmi müvafiq olaraq 7,2 dəfə və 96,9% (təxminən 2 dəfə) artmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, ərzaqlıq kənd təsərrüfatı məhsullarının artması əhalinin ərzaqla təmin olunma səviyyəsinin yüksəlməsinə, həmin məhsullar üzrə idxaldan asılılığın azaldılmasına və bu da ölkəmizdə ərzaq təhlükəsizliyinin yaxşılaşmasına imkan verir. Eyni zamanda bu məhsulların bəziləri üzrə ixrac imkanları yaranır. Texniki kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə istehsalın artması isə ölkəmizin bilavasitə ixrac potensialının artmasına səbəb olur.

Məlum olduğu kimi ölkə üzrə kənd təsərrüfatının inkişafı əsasən regionların inkişafı ilə bağlıdır və regionların inkişafında aqrar sahənin inkişafı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu da nəticə etibarilə özünü regionalarda yerləşən aqrar bazarların fəaliyyətinə bilavasitə təsir göstərir. Odur ki, regionların inkişafı mövcud potensialdan səmərəli istifadədən asılıdır. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsi onlar arasında fərqi minimuma çatdırılmasını tələb edir (Alıyev, 2004).

Aqrar bazarların tədqiqi göstərir ki, satış prosesinin və xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi istiqamətlərini sürətləndirmək bu sahədə müsbət nəticələr əldə edilməsinin əsas şərtlərindəndir.

Məlum olduğu kimi, aqrar bazar istehsal edilən məhsulların realizə edilməsində əsas vasitədir. Aqrar bazarın tərkibinə kənd təsərrüfatı məhsulları bazarı, maddi-texniki resurslar bazarı, iş və xidmətlər bazarı daxildir. Aqrar bazarın fəaliyyətinə bir sıra amillər təsir göstərə bilər: buraya əmək resursları bazarı, torpaq bazarı, elmi-texniki məhsullar bazarı, investisiya və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalından əldə edilmiş aqrar ərzaq bazarı və s. daxildir (Hümbətov, 2024).

Aqrar bazar kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış sferasının – istehsal, maddi-texniki resurslar, iş və xidmət amillərinin birləşdiyi iqtisadi münasibətlər sistemidir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialının artırılması yolları

Sahibkarlar qarşısında istehlakçılara tərəf yönəlmək, bazara istiqamətlənmiş məhsul



istehsal etmək, satış bazarını tapmaq, həmçinin ixrac yönümlü istehsalı təmin etmək və bazarı öyrənilmək vəzifəsi durur. Bu məqsədlə məhsul istehsalı və satışı ilə əlaqədar problemləri həll etmək üçün sahibkarların marketinq tədqiqatları ilə məşğul olması zəruri məsələlərdəndir.

İqtisadi inkişafa nail olmaq üçün müəssisə bazara elə əmtəə çeşidi təklif etməlidir ki, o tək-cə tələbatı ödəməsin, həm də gəlir gətirsin. Odur ki, sahibkar çeşid proqramına nəzarət etməli, tələb olunan məhsulların istehsalını təşkil etməlidir. Mənfəət gətirməyən məhsulların istehsalını dayandırılmalıdır.

Xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, bazarda rəqabətin güclənməsi məhsulun reallaşdırılmasını çətinləşdirir. Belə olduqda satışın strukturu və həcmi istehsalın struktur və həcmi tənzimləyir. Məhsulun (iş və xidmətlər) istehsal proqramı onların reallaşdırılması imkanlarını nəzərə alınmalıdır.

Ümumiyyətlə, fəaliyyətdə olan müəssisə bazarda reallaşdırıla biləcəyi həcmdə mal istehsal etməlidir. Bu reallığı nəzərə almadan, mövcud güclü istehsal potensialına güvənərək məhsul buraxılışının mümkün qədər artırılması həmin malların satışını çətinləşdirir. Nəticədə müəssisə alıcılar üçün xüsusi güzəştə, kreditlə, bəzən də ucuz qiymətlə, dəyərin hissə-hissə ödəməklə ambarlarda yığılan hazır məhsulu satmağa məcbur olur.

Ölkəmizdə sivil bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar olaraq kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı məsələlərinə diqqət artırılmış, satış qaydaları köklü surətdə dəyişmiş, tədarük və satışa dair plan və müxtəlif iqtisadi islahatlar hazırlanaraq uğurla həyata keçirilməkdədir.

Azərbaycanda xarici şokların iqtisadiyyata dağıdıcı təsirinin sabitləşdirilməsində kənd təsərrüfatı növbəti dəfə liderlik edir. Son illər neftin qiymətlərindəki əhəmiyyətli dəyişkənliyə görə ölkə hökuməti diqqəti milli iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinin artırılmasına yönəldib.

2021-ci ildə Azərbaycanın qeyri-neft ixracı 2020-ci illə müqayisədə 47,2% artaraq rekord 2,7 milyard dollar təşkil edib. Azərbaycan İqtisadiyyat Nazirliyinin proqnozlarına görə, 2025-ci ilədək qeyri-neft sektorunun ölkənin ÜDM-də payı 72,9% təşkil edəcək. Kənd təsərrüfatı 2022-ci ilin əvvəlinə ölkənin ÜDM-nin demək olar ki, 7%-ni təşkil edən iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinin aparıcı amillərindən biridir (Baqirov, 2022).

Ölkəmizdə kənd təsərrüfatında ixrac yönümlü və rəqabətə davamlı kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının dövlət tərəfindən dəstəklənməsi, bu sahənin inkişafına subsidiyaların ayrılması kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara ixracının artmasını təmin edir. Bunu Azərbaycan Respublikasında əsas kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının dinamikasını əks etdirən aşağıdakı cədvəldən görmək mümkündür (Cədvəl 1).

Cədvəl 2. Azərbaycan Respublikasında əsas kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı

S/s	Malların adı	2010		2020		2023		2023-cü ildə 2010-cu ilə nisbətən, %-lə	
		Miqdarı	Məbləği, min ABŞ dolları	Miqdarı	Məbləği, min ABŞ dolları	Miqdarı	Məbləği, min ABŞ dolları	Miqdarı	Məbləği
1	Kartof, ton	63977,9	16237,5	81388,3	33786,2	71192,3	30930,3	111,3	190,5
2	Təzə tərəvəz, ton	54303,6	25657,1	218476,3	219912,7	178792,0	180587,2	329,2	703,8
3	Təzə meyvə, ton	187 359,1	112272,6	301080,9	349886,2	454856,0	502107,7	242,8	447,2
4	Çay, ton	8126,3	32987,4	1357,2	9461,4	731,5	6605,0	9,0	20,0
5	Bitki yağları,	27934,0	67293,5	14043,4	12238,3	5492,4	9214,3	19,7	13,7



	ton								
6	Mərqarin, qida üçün yararlı digər qarışıqlar, ton	15568,3	33393,4	3907,8	4216,1	3055,0	5030,5	19,6	15,1
7	Şəkər, min ton	203,9	145947,9	60,6	26904,3	31,8	23681,0	15,6	16,2
8	Meyvə və tərəvəz konservləri, ton	4734,2	5140,4	7191,2	8727,8	9932,5	13425,7	209,8	261,2
9	Meyvə və tərəvəz şirələri, ton	18739,9	16377,8	11856,3	15779,5	16093,8	20420,4	85,9	124,7
10	Tütün, ton	2106,6	5893,9	4794,0	12081,3	3041,6	6858,7	144,4	116,4
11	Pambıq lifi, ton	3339,4	5091,9	97578,2	131930,2	69381,2	122410,3	20,8 dəfə	24,0 dəfə
12	Pambıq ipliyi, ton	6461,5	10642,5	9040,9	18951,3	11187,2	31285,4	173,1	294,0

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet saytı - <https://www.stat.gov.az/source/trade/> (20.11.2024)

2 sayılı cədvəldən görüldüyü kimi, respublikamızda təhlil edilən 2010-2023-cü illərdə əsas kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı yüksək sürətlə artmışdır. Belə ki, həm kəmiyyət və həm də dəyər ifadəsində bu artım bəzi məhsullar üzrə hətta bir neçə dəfə ilə ölçülür. Bu artımın ən mühüm səbəblərindən biri kənd təsərrüfatına ayrılan maliyyə resurslarının həcmində artmasıdır. Məlumdur ki, kənd təsərrüfatına yönəldirilən maliyyə resurslarının həcmində artması istehsalın intensiv inkişafına kömək edir. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları kifayət qədər maliyyə resurslarına malik olduqda qabaqcıl texnologiyalar, yeni məhsuldar sortlar və məhsuldar cins mal-qara əldə edə bilirlər. Bu da sonda məhsul istehsalının və onun keyfiyyətinin artmasına səbəb olmaqla xarici bazarda rəqabətliyin yüksəlməsinə gətirib çıxarır.

Aqrar sektorun rəqabətqabiliyyətinin təmin edilməsinə strateji xarakterli vəzifə kimi baxmaq lazımdır. Bu vəzifənin həll edilməsinə yalnız ərzaq məhsulları ilə özünü təminatlılığın zəruri səviyyəsinə nail olunması deyil, həm də aqrar sektorun ixracat potensialının formalaşdırılması vasitəsilə bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafına təkan verməsi baxımından yanaşmaq lazımdır.

Kənd təsərrüfatının rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi stratejiyasının əsas məqsədləri şəhər və kənd ərazilərinin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi arasındakı fərqləri azaltmaq, istehsal edilmiş məhsulların keyfiyyətini yüksəltmək və kənd təsərrüfatı istehsalını şaxələndirmək, həmçinin daxili və xarici ərzaq bazarında kənd təsərrüfatı istehsalçıların rəqabət üstünlüyünü formalaşdırmaq, nəhayət ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmək olmalıdır.

Müasir şəraitdə ASK-nin rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsinin əsas istiqamətlərindən biri innovasiya olmalıdır. Bunun üçün kənd təsərrüfatının innovasiyalı inkişafı imkanlarının hərtərəfli öyrənilməsi, innovasiya haqqında informasiyanın məhsul istehsalçılarına çatdırılması sisteminin və müxanizminin, təsərrüfat subyektlərinin təcrübəsində innovasiyanın tətbiqi üsullarının təkmilləşdirilməsi, elmin maliyyələşdirilməsinin həcmində artırılması və əldə edilmiş nəticələrin istehsalda tətbiq edilməsi, ASK-də innovasiya sisteminin formalaşdırılmasına mane olan amillərin aradan qaldırılmasına istiqamətlənən müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi və s. zəruridir (Həsənova, 2022).



Respublikamızda kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının artma meyli cari 2024-cü ildə də müşahidə edilməkdədir. Bunu İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin (İİTKM) “İxrac icmalı”nın oktyabr sayının məlumatlarından da görmək mümkündür. İcmala əsasən, 2024-cü ilin yanvar-sentyabr ayları ərzində Azərbaycanın qeyri-neft sektoru üzrə ixracı 2023-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 1,3% artaraq 2,5 milyard ABŞ dolları təşkil edib. 2024-cü ilin yanvar-sentyabr ayları ərzində yeyinti məhsullarının ixracı 13,3% artaraq 698,3 milyon ABŞ dollarına bərabər olub. Cari ilin ilk 9 ayı ərzində ixrac olunan şəkər və şəkərdən hazırlanan qənnadı məhsulları 83,3%, pambıq lifi 70,9%, bitki mənşəli yağlar və piylər 31,7%, kimya sənayesi məhsulları 20,9%, spirtli və spirtsiz içkilər 11,6%, emal edilən meyvə-tərəvəz məhsulları 14,6% artıb. 2024-cü ilin yanvar-sentyabr ayları ərzində aqrar-sənaye məhsullarının ixracı 60% artaraq 233,4 milyon ABŞ dollarına bərabər olub. Bütövlükdə aqrar və aqrar-sənaye məhsullarının birgə ixracı 17,8% artaraq 755,4 milyon ABŞ dolları təşkil edib. Cari ilin ilk 9 ayı ərzində ixrac edilmiş qeyri-neft sektoruna aid malların siyahısında pambıq məhsulları (150,7 milyon ABŞ dolları) birinci olub. Bu siyahıda tomat (pomidor) (13 9,6 milyon ABŞ dolları) ikinci, qızıl (115,3 milyon ABŞ dolları) isə üçüncü yerdə qərarlaşıb. 2024-cü ilin yanvar-sentyabr aylarında Rusiya Federasiyasına 843,7 milyon ABŞ dolları, Türkiyəyə 435,1 milyon ABŞ dolları, Gürcüstanla 195,1 milyon ABŞ dolları, İsveçrəyə 119,6 milyon ABŞ dolları, ABŞ-a isə 113 milyon ABŞ dolları dəyərində qeyri-neft sektoruna aid mal ixrac olunub. 2024-cü ilin sentyabr ayında qeyri-neft sektoruna aid ən çox mal ixrac edilən ölkələrin siyahısında Rusiya Federasiyası (91,7 milyon ABŞ dolları) birinciliyə yüksəlib. Bu siyahıda Türkiyə (40.5 milyon ABŞ dolları) ikinci və Gürcüstan (37,4 milyon ABŞ dolları) üçüncü olub. 2024-cü ilin sentyabr ayında ixrac edilmiş qeyri-neft sektoruna aid malların siyahısında qızıl (18,8 milyon ABŞ dolları) birinci, elektrik enerjisi (17 milyon ABŞ dolları), meşə fındığı (13,3 milyon ABŞ dolları) üçüncü olub (İxrac icmalı, 2024).

Aqrar bazarda uzun müddətli səmərəli fəaliyyət şəraitini yaratmaq üçün marketinqin bütün imkanlarından istifadə edərək bazarda baş verən dəyişikliklərə və rəqabət mühitinə nəzarət etmək mümkündür. Belə ki, idxal-ixrac əməliyyatları aqrar sahənin inkişafına bilavasitə təsir etdiyindən, xüsusilə yüksək texnoloji və iqtisadi tərəqqi əldə etmiş ölkələrin rəqabət qabiliyyətli ixrac sahələri digər ölkələri asılı vəziyyətdə saxlamaq imkanlarına malik olurlar. Aqrar sahədə struktur dəyişiklikləri həm iqtisadiyyatın müxtəlif sferalarında, həm də aqrar bazarda əlaqəli şəkildə həyata keçirilməlidir. Eyni zamanda, rəqabət imkanları baxımından potensial xarici bazarlar müəyyənləşdirilməlidir (Hümbətov, 2023).

Azərbaycanın kənd təsərrüfatı ixracının son illərdə bir neçə dəfə artmasına baxmayaraq, bu sahənin potensialı tam reallaşdırılmamışdır. Aqrar sahə məhsullarının ixracında Azərbaycanın ən zəif daxili amillərindən biri logistika xərclərinin yüksək olması və inkişaf etmiş Qərbi ölkələrinə birbaşa dəniz nəqliyyatı çıxışının olmamasıdır. Dünya Bankının apardığı qiymətləndirmələr də Azərbaycanın bu istiqamətdə nisbətən zəif göstəricilərə malik olduğunu göstərir. Digər tərəfdən, nəqliyyat-logistika imkanlarının inkişafı baxımından son illərdə çox mühüm əhəmiyyətli meqalayihələr icra edilsə də, bunlar əsasən neft-qaz sektoru ilə bağlı olmuşdur. Üçüncüsü isə, yüksək faiz dərəcələri səbəbindən fermer və sahibkarların maliyyəyə çıxış imkanlarının məhdud olması ilə bağlıdır.

Nəticə. Sivil bazar iqtisadiyyatının ölkəmizdə tətbiq edilməsi və sərbəst qiymətlərə keçilməsi, kənd təsərrüfatının inkişafında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Statistika nəzər saldıqda, ölkəmizə bəzi kənd təsərrüfatı məhsullarının və onlardan hazırlanan məhsulların idxal olduğu məlum olur. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı və ixrac potensialının artırılması istiqamətində aparılan tədbirlər sayəsində son illərdə istehsalda dinamik artım müşahidə olunmuş, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının genişləndirilməsi və ixrac potensialının artırılmasının zəruriliyi problem olaraq meydana çıxmışdır.



Ümumiyyətlə, ölkələrin beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin inkişafı öz resurslarının daha səmərəli yerləşdirməsinə və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə şərait yaradır. Ölkəmizdə uzun müddət respublikanın ixracının tərkibində xammal təyinatlı məhsulların üstünlük təşkil etməsi bu məhsulların ölkə daxilində emalı və xarici satışının təmin olunmaması xeyli vəsaitin itirməsinə səbəb olmuşdur. Lakin bu istiqamətdə son illər xeyli iş görülmüş yeni istehsal sahələri və iş yerləri açılmış, əvvəllər xammal şəklində idxal olunan ərzaq, dərman, uşaq yeməkləri respublika daxilində istehsal olunmağa başlamışdır.

Beynəlxalq ticarət hər bir ölkənin xarici ticarətinin məcmusudur, ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatının inkişafının güclü amilidir. Bütün dünya ölkələri beynəlxalq ticarətdən asılıdır. Azərbaycan Respublikasında idxal və ixrac əməliyyatlarında, satış müəssisələri daxil olmaqla xüsusi hüquqlara malikdirlər. Dövlət və qeyri-dövlət müəssisələri arasında heç bir fərq yoxdur, neft sektoru istisna olmaqla, dövlət digər sektorlarda heç bir spesifik siyasət aparmır. Məhz bu baxımdan ölkəmizdə aqrar sahənin inkişafı təmin edilməli və ölkəmizdə fəaliyyət göstərən aqrar bazarlar sərbəst olaraq xarici iqtisadi əlaqələr qurmaqla inkişaf etdirilməlidir.

44 günlük Vətən müharibəsində işğal altındakı torpaqlarımızın mənfur düşmənlərimizdən azad edilməsi ölkəmizdə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının artırılmasına imkan verib. Qarabağın, Şərqi Zəngəzurun və ətraf rayonların münbit torpaqları, su ehtiyatları, iqlimi Azərbaycan üçün strateji əhəmiyyət kəsb edən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına, xüsusən də meyvəçilik və tərəvəzçiliyin inkişafına zəmin yaratmışdır. Hazırda həmin torpaqların minalardan təmizlənməsi və zəruri infrastrukturun qurulması işləri aparılır. Bu işlər "ağıllı kənd" layihəsi əsasında həyata keçirilir, yəni işğaldan azad edilmiş torpaqların bərpasında innovativ yanaşmaya üstünlük verilir. Yeni texnologiyaların tətbiqi, məhsul istehsalında dünya standartlarının əsas götürülməsi ixrac bazarlarının genişləndirilməsi baxımından çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Hesab edirik ki, yüksək keyfiyyətli, "Azərbaycan brendli" məhsullarımız yalnız ənənəvi MDB ölkələrinin bazarlarına deyil, Yaxın Şərq, Avropa İttifaqı ölkələrinə də ixrac edilə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

- 1) "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı". Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 25 sentyabr 2008-ci il tarixli sərəncamı.
- 2) Alıyev İ.H. (2004) Aqrar sahənin inkişafının təkmilləşdirilməsi və regionlarda islahatların keyfiyyətə səmərəli aparılması. Bakı. 110.
- 3) Bağirov, R.H. (2022) Motivation factors of internal migration and agriculture in Azerbaijan / Yusif Humbatov, Rufat Efendiyev, Irada Mehdiyeva [et al.] // Journal of Eastern European and Central Asian Research, Sentyabr; Vol 9 No 4. 715-725. <https://ieeca.org/journal/index.php/JEECAR/article/view/1109/422>
- 4) Əliyev, P.F. Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixracının dövlət tənzimləməsinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi. (2021). Bakı, Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı, (1), 63-72.
- 5) Əkbərov, E.H. (2019) Kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının inkişafı və ixrac potensialının artırılması məsələləri, Bakı, UNEC Elmi Xəbərləri, (Cild 7, aprel-iyun), 71-85.
- 6) Həsənova, M. S. (2022) İxrac yönümlü kənd təsərrüfatı istehsalının inkişaf istiqamətləri, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru dis., Bakı, 156.
- 7) Hübətov, Y.Ə. (2023) Azərbaycanda arıçılıq təsərrüfatlarının təşkili və idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi, Bakı, Avropa nəşriyyatı, 275.



- 8) Hübətov, Y.Ə. (2024) Azərbaycanca arıçılıq təsərrüfatlarının təşkili, idarəetmə mexanizminin təkmilləşdirilməsi, Bakı, MS-V nəşr, 258.
- 9) “İxrac icmalı” jurnalı. (2024) Bakı, İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi (İİTKM), 23. İxrac icmalı-Oktyabr 2024.pdf
- 10) Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet saytı <https://www.stat.gov.az/source/trade/> (20.11.2024)

ПРОИЗВОДСТВО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

Джавадзаде Хайям Натиг оглы

РЕЗЮМЕ

Цель исследования – изучить состояние производства сельскохозяйственной продукции, дальнейшее усиление экспорта продукции отрасли.

Методология исследования – В ходе исследования использовался системный подход, методы анализа и обобщения.

Прикладное значение исследования - правильная организация производства сельскохозяйственной продукции может устранить проблемы, с которыми сталкиваются производители, работающие в этой сфере, улучшить снабжение населения страны сельскохозяйственной продукцией и позволить увеличить объемы экспорта продукции.

Результаты исследования - согласно исследованиям установлено, что благодаря целенаправленным мерам, принятым в направлении увеличения потенциала производства и экспорта сельскохозяйственной продукции в Азербайджанской Республике, произошел динамичный рост производства продукции и ее экспорта. Практическая реализация предложенных предложений может создать благоприятные условия для увеличения производства сельскохозяйственной продукции в регионах и организации сбыта произведенной продукции путем свободного установления внешнеэкономических связей через действующие в нашей стране аграрные рынки.

Научная новизна исследования - обоснована необходимость расширения рынка сельскохозяйственной продукции и повышения экспортного потенциала, выявлены существующие проблемы производства сельскохозяйственной продукции, а также выдвинуты предложения по повышению экспортного потенциала отрасли за счет ускорения процесса организации рынков и расширения внешнеэкономических связей.

Ключевые слова: сельскохозяйственный продовольственный рынок, внешнеэкономические связи, конкурентоспособная продукция, экспортный потенциал, международная торговля.

DIRECTIONS FOR INCREASING THE PRODUCTION AND EXPORT POTENTIAL OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN

Javadzade Khayyam Natig oglu

SUMMARY

The purpose of the study – is to investigate the state of production of agricultural products, to determine the directions of the influence of agricultural markets on the increase of the export of field products and the problems in the direction of export.

Methodology of the research – analysis, systematic approach, comparative analysis, generalization methods were used during the research.

Application importance of the research - the correct organization of the production of agricultural products can eliminate the problems faced by the producers operating in this field, improve the supply of the country's population with agricultural products and allow to increase the volume of product exports.



The results of the research - according to the research, it was determined that thanks to the purposeful measures taken in the direction of increasing the potential of agricultural products production and export in the Republic of Azerbaijan, a dynamic increase in product production and its export was achieved. The practical implementation of the proposed proposals can create favorable conditions for increasing the production of agricultural products in the regions and organizing the sale of the produced products by freely establishing foreign economic relations through the agrarian markets operating in our country.

The scientific novelty of the study - the need to expand the market of agricultural products and increase the export potential was substantiated, the existing problems of the production of agricultural products were determined, and suggestions were put forward to increase the export potential of the field due to the acceleration of the process of organizing markets and the expansion of foreign economic relations.

Keywords: agricultural food market, foreign economic relations, competitive products, export potential, international trade.

Məqalə daxil olmuşdur: 16.11.2024

Təkrar işləməyə göndərilmişdir:

21.11.2024

Çapa qəbul edilmişdir: 04.12.2024

Дата поступления статьи в редакцию: 16.11.2024

Отправлено на повторную

обработку: 21.11.2024

Принято к печати: 04.12.2024

The date of the admission of the article to the editorial office:

16.11.2024

Send for reprocessing: 21.11.2024

Accepted for publication: 04.12.2024