

**Fuad Zakir oğlu ABBASOV, i.f.d.****Nərminə Asim qızı ASLANOVA**  
Azərbaycan Texnologiya Universitetinin magistrantı

## **AQRAR SAHƏDƏ İXRAC MƏHSULLARININ STRUKTUR DƏYİŞİKLİKLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ**

### **Xülasə**

Son zamanlar dünyada baş verən iqtisadi böhranlar, iqtisadi qeyri-müəyyənlik və siyasi gərginlik ölkələr arasında ticarət əlaqələrinin yenidən qurulmasında özünü göstərir. Ayrı-ayrı dövlətlər öz iqtisadiyyatlarını bu dəyişən şərtlərə uyğunlaşdırmağa və global iqtisadi arenadan yararlanmağa çalışırlar. Dünya bazarında neftin qiymətinin yüksək volatilliyi fonunda milli valyutanın devalvasiyası ilə əlaqədar ölkəmizin iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi strategiyasına uyğun olaraq iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi üçün prioritet sahələrdən biri kimi kənd təsərrüfatı seçilib.

Çünki bu istiqamət həm bütün ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, həm regionlarda əhalinin məşğulluğunun artırılması, həm də kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı ilə ölkəyə valyuta axınının təmin edilməsi baxımından çox vacibdir. Son vaxtlar dövlət tərəfindən aqrar sahənin inkişafı və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialının gücləndirilməsi istiqamətində çoxsaylı tədbirlər həyata keçirilib, ixraca dövlət dəstəyi siyasəti gücləndirilib.

Məqalənin məqsədi cari dövrdə kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının stimullaşdırılması sahəsində dövlətin tənzimləyici təsirini, o cümlədən dövlət dəstəyi siyasətinin səmərəliliyini qiymətləndirmək, əmtəə strukturunun və coğrafiyasının təkmilləşdirilməsi ilə bağlı təkliflər irəli sürməkdən ibarətdir.

**Açar sözlər:** kənd təsərrüfatı, ixrac, ixracın effektivliyinin qiymətləndirilməsi

**UOT:338****JEL:O13**

### **Giriş**

Azərbaycandan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixracı üzrə ixtisaslaşmış bazar subyektlərinin tərkibinə nəzər salsaq görərik ki, ilkin olaraq bu subyektlərin sayı çox azdır və məhsulların bir hissəsi yalnız bir subyekt tərəfindən ixrac olunur. İkincisi, bir çox hallarda fərdi sahibkarlar, məsələn, ixracatçılar şəxsən fəaliyyət göstərirlər. Daha dəqiq desək, ixracın təşkilində kollektiv deyil, fərdi münasibətlər üstünlük təşkil edir. Xarici ölkələrdə ixrac fəaliyyətində əməkdaşlıq tendensiyası daha güclüdür.

Məsələn, ABŞ-da fermer kooperativləri demək olar ki, bütün növ kənd təsərrüfatı məhsullarını emal edir və satır (o cümlədən ixrac üçün), xammal və material tədarükçüsü kimi çıxış edir, həmçinin öz üzvlərinə kredit və maliyyə xidmətləri göstərir.

Ölkənin aqrar sektorunun potensialı - kənd təsərrüfatına yararlı torpaqların, su ehtiyatlarının olması, əmək resurslarının mövcudluğu və digər ilkin şərtlər ərzaq məhsullarının istehsalının artırılmasına, onların daxili və beynəlxalq bazarlara çıxarılmasına imkan verir.

Mineral gübrələrin istehsalı və onların ölkə daxilində istifadəsi imkanlarının artması məhsulun, xüsusən də beynəlxalq bazarda satışa çıxarılan taxılın məhsuldarlığı hesabına məhsul istehsalının həcmi daha da artırmağa imkan verir.

Tədqiqatlarımıza görə, bu, hazırda istehsal həcmi demək olar ki, dördü üçün təşkil edən mineral gübrələrin hazırda praktiki olaraq ixracına nisbətən dövlət üçün iqtisadi cəhətdən daha sərfəlidir [6, s. 378].

Aqrar-sənaye kompleksinin vəziyyətini tədqiq edən müəlliflərin əksəriyyətinin fikrincə, bir sıra inkişaf komponentləri problemlidir və qalır, onların arasında mühüm və hələ də həllini tapmamış maliyyə resursları ilə təminat dayanır ki, bunun da əsasını kənd təsərrüfatından əldə edilən gəlirlər təşkil edir. Bu, maliyyə göstəricilərinə hava şəraitinin mənfi təsir etdiyi qeyri-sabit və riskli əkinçilik ərazilərində yerləşən regionların kənd təsərrüfatı istehsalçıları üçün xüsusilə vacibdir.

Ölkənin kənd təsərrüfatı sektorunun əsas xüsusiyyəti geniş ərazi səpələnməsi və müxtəlif torpaq-iqlim şəraitidir.

Məhsul ixracı baxımından əsas rol marketing (ticarət) kooperativlərinə məxsusdur. Ticarət kooperativləri adətən malların satışını, habelə onların saxlanması, çeşidlənməsini, qurudulmasını, yuyulmasını, çəkisini, qablaşdırılmasını və daşınmasını həyata keçirir, müqavilələr bağlayır, bazarı öyrənir və məhsulun reklamını təşkil edir.

Bazar araşdırmasına qiymət meylləri, istehlakçıların üstünlükləri, bazar potensialı, idxal-ixracın tənzimlənməsi, qanunvericilik və s. kimi mühüm məsələlər təsir edir. Ümumiyyətlə, xarici ölkələrin təcrübəsində kooperativlər əsasən məhsulun ixrac üçün satışını təşkil etmək və genişləndirmək məqsədi ilə yaradılır.

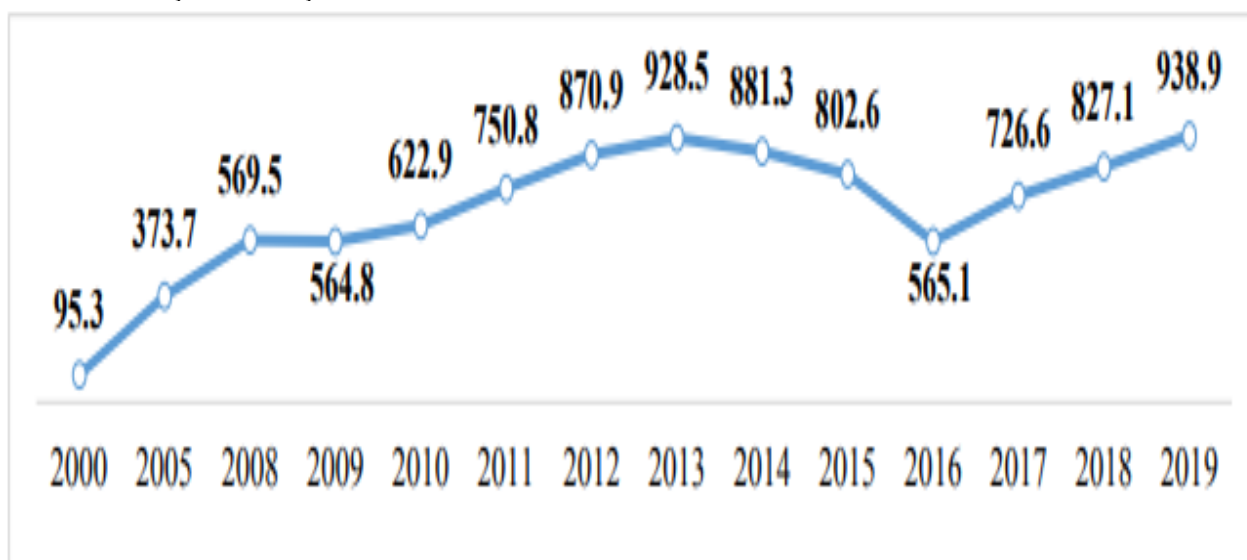
Kooperativlər müqavilə əsasında ayrı-ayrı istehsalçılardan əvvəlcədən razılaşdırılmış tələblərə cavab verən ərzaq və kənd təsərrüfatı məhsullarını toplayır, sonra isə yerli və xarici bazarlara çıxarırlar.

Azərbaycanda əmtəə istehsalçılarının müqavilə əsasında kənd təsərrüfatı istehsalında və fermer birliklərində iştirakının statistik sorğusunun nəticələrinə görə, 2018-ci ildə respondentlərin cəmi 9,4 faizi, o cümlədən kənd təsərrüfatı müəssisələrinin 37 faizi, fərdi sahibkarlıq təsərrüfatlarının 36,6 faizi, ailə üzvlərinin 9,6 faizini təşkil edib. Ev təsərrüfatlarının isə 5,4 faizi kənd təsərrüfatı istehsalı ilə bağlı birgə təsərrüfatlarda və ya təsərrüfat birliklərində iştirak etmişdir.

Göründüyü kimi, ölkəmizdə kənd təsərrüfatı sahəsində kooperasiya əlaqələri hələ də zəif inkişaf etmişdir. Müştərək təsərrüfatda və ya fermer assosiasiyasında iştirak etməməsi onunla izah edilə bilər ki, ev təsərrüfatlarının 5,4%-i müştərək təsərrüfat yaratmaq və ya fermer assosiasiyalarında iştirak etməkdən xəbərsizdir, 5,6%-i iştirak etmək istəyinə baxmayaraq, tərəfdaş tapmaqda çətinlik çəkir. Belə birliklərdən 87,2%-i fərdi təsərrüfatçılığa üstünlük verdiyini izah edərkən, 2,3%-i isə başqa səbəblərdən iştirak etmədiyini bildirib [1].

Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialının gücləndirilməsinə yönəlmiş dövlət siyasətinin nəticəsi olaraq 2000-2013-cü illərdə kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı ümumən müsbət artım tendensiyasına malik olub və 2013-cü ildə pik həddə çatıb. 2014-2015-ci illər ərzində global iqtisadi böhranın təsiri ilə əlaqədar olaraq ixracda nisbi azalma, 2016-cı ildə isə kəskin azalma müşahidə olunub.

Qeyd edək ki, bu tendensiya milli valyutanın devalvasiyasından sonrakı dövrə təsadüf edib. Lakin 2017-ci ildən başlayaraq kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı yenidən artım mərhələsinə qədəm qoyub və 2019-cu ildə 939 milyon ABŞ dollarına çatıb [4]. [Qrafik 1].



**Qrafik 1. 2000-2019-cu illər ərzində kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı, (mln. ABŞ dolları)**

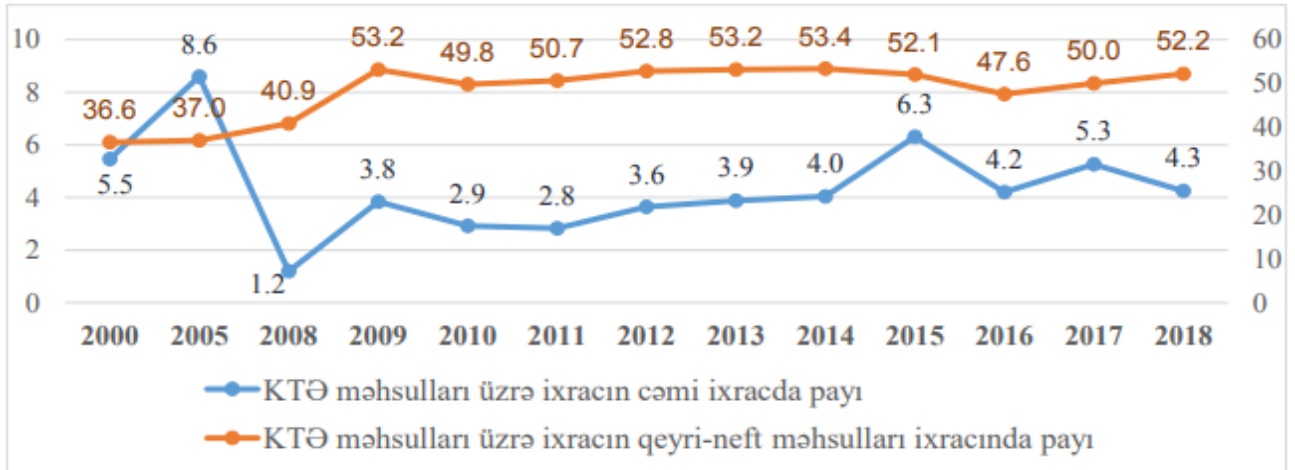
Qeyd edək ki, 2019-cu ildə kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalı 1,93 milyard ABŞ dolları təşkil edib ki, bu da bir il əvvəlkindən 12,8% çoxdur.

Nəticədə 2019-cu il üçün ticarət kəsiri 991 milyon ABŞ dolları təşkil edir [3].

Təkcə ixracın artım tempi onun real mövqeyi ilə bağlı vəziyyəti tam əks etdirmir. Mənzərəni

daha ətraflı görmək üçün kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının ölkənin ümumi ixracında, eləcə də

qeyri-əmtəə ixracında payına nəzər salaq. [Qrafik 2].



**Qrafik 2. 2000-2018-ci illər ərzində kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə ixracın cəmi ixracda və qeyri-neft ixracında payı, (%)**

Qrafikdən də göründüyü kimi, devalvasiyadan əvvəlki dövrdə kənd təsərrüfatı məhsullarının ümumi ixracda xüsusi çəkisində artım olub və 2015-ci ildə bu pay 6,4%-ə çatıb. 2016-2019-cu illər ərzində bu rəqəm devalvasiyanın təsirləri ilə əlaqədar 4,7%, qeyri-neft ixracında kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının payı isə 50-51% ətrafında dəyişib [4].

2019-cu ildə Azərbaycandan Rusiya Federasiyasına ixrac edilən kənd təsərrüfatı məhsullarının (585,5 milyon ABŞ dolları) dördü üçü pomidor, xurma, fındıq, albalı və almanın payına düşüb. 2019-cu il üçün Aİ ölkələrinə bütün kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının 93,6%-ni (61,7 milyon ABŞ dolları) fındıq ləpəsi təşkil edir. Qeyd edək ki, Aİ-yə ixrac edilən fındıq ləpələrinin 88 faizi İtaliya və Almaniyanın payına düşür [5].

İxracın təhlilində digər mühüm məqam kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının ilin ayları üzrə bölgüsünün təhlilidir. Bu dövrlərin müəyyən edilməsi ixracə dəstək tədbirlərinin daha səmərəli həyata keçirilməsi baxımından çox vacibdir. Nümunə olaraq aşağıdakı vəziyyəti göstərmək olar: Azərbaycanda istixana pomidorlarının ixracının 70%-i aprel, may və iyun aylarına düşür. Ümumiyyətlə, ölkəmizdə istixanalarda istehsal əsasən yaz aylarında, qismən də payız aylarında həyata keçirilir. Qışda istixanaların qızdırılması xərcləri yüksək olduğundan istehsal olunan məhsullar qiymət baxımından rəqabətə davamlı olur. Rusiyada pomidorla özünü təmin etmənin ən aşağı səviyyəsi qış aylarında baş verir, Çin, Mərakeş və Türkiyə kimi ölkələr isə qış mövsümündə ölkəni

pomidorla təmin edir. Bu baxımdan istixana pomidorlarının ixracının təşviqi ilə bağlı tədbirlərin aprel, may və iyun aylarına təxirə salınması düzgün olardı.

Azərbaycanda bir çox kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə aydın müqayisəli üstünlük indeksi birdən artıqdır. Belə ki, xurma, qoz-fındıq, pambıq lifi, pomidor, alma, albalı, şaftalı, ərik, kartof, biyan şirəsi və s., son illərdə isə çiyələk, yerkökü və sarımsaq üzrə RCA indeksinin artmasına baxmayaraq, indeks birdən az olduğundan bu məhsulların ölkədə aydın müqayisəli üstünlüyü yoxdur. Təəssüf ki, təbii üzüm şərabları, xam ipək və zəfəran kimi yüksək ixrac potensialına malik məhsullar üçün RCA indeksi kifayət qədər aşağıdır [2; s. 4]

Ticarət İxtisaslaşma İndeksi (TSİ) - ixrac məhsullarının müqayisəli üstünlüklərini və rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirir. Bu indeks yalnız bir məhsulun ixrac və idxalının həcmindən istifadə etməklə ölkənin müqayisəli üstünlüyünü ölçmək üçün istifadə olunur. TSİ indeksi həmişə -1 ilə +1 arasındadır. Əgər məhsul yalnız idxal olunursa (ixrac olunmur), onda ölkə və ya konkret məhsul üçün TSİ indeksi -1-ə bərabər olacaqdır (mükəmməl idxal ixtisası).

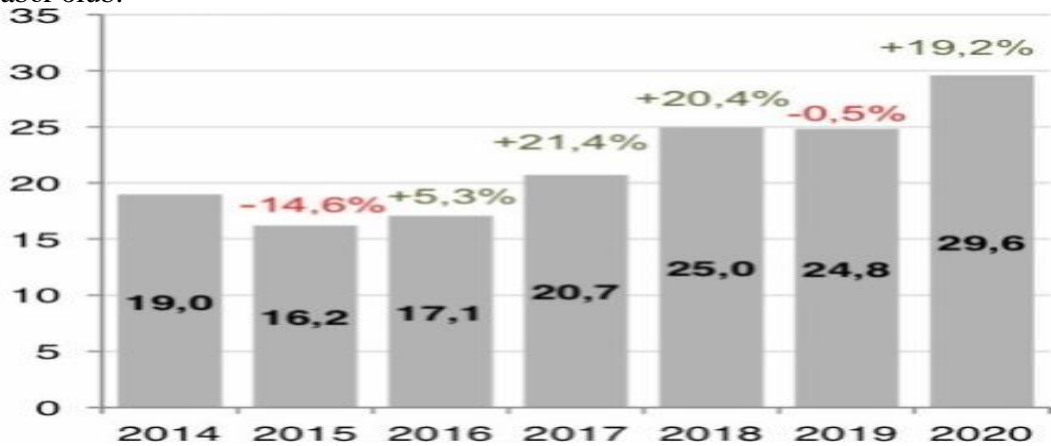
Əgər məhsul yalnız ixrac olunursa (idxal olunmur), o zaman ölkə və ya konkret məhsul üçün TSİ +1 (mükəmməl ixrac ixtisası) olacaqdır. Balanslaşdırılmış ticarət vəziyyətində TSİ sıfıra bərabərdir. Ümumiyyətlə, bu indeks əsasən ixracın rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün istifadə olunur. Əgər TSİ sıfırdan böyükdürsə, bu o

deməkdir ki, məhsul və ya məhsul qrupu üçün ticarət profisiti və ya ixrac rəqabət qabiliyyəti var.

TSİ göstəricisi -1-ə nə qədər yaxın olarsa, global əmtəə bazarında məhsulun ixrac rəqabət qabiliyyətinin artımı bir o qədər zəif olar. Əksinə, TSİ göstəricisi nə qədər yüksək olarsa, məhsulun ixrac rəqabət qabiliyyəti bir o qədər güclü olar və əgər göstərici sıfır olarsa, bu, məhsulun idxal və ixracının həcmələrinin bərabər olması deməkdir ki, bu da daxili ticarətin daha fəal olduğunu göstərir.

2020-ci ildə yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının həcmi artaraq, demək olar ki, idxalın həcminə bərabər olub. Kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq məhsullarının ixracının həcmi daha da artırmaq üçün sənayenin inkişafında məhsul çeşidinin və tədarük coğrafiyasının şaxələndirilməsinə, eləcə də regionların və ixrac fəaliyyətinə fəal cəlb edilməsinə yönəlmiş keyfiyyət dəyişikliklərinə təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var.

2020-ci ildə yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının həcmi artaraq, demək olar ki, idxalın həcminə bərabər olub.



2020-ci ildə kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının faktiki həcmi “Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı” milli layihəsinin həm bu il (25 milyard dollar), həm də növbəti il (28 milyard dollar) üçün nəzərdə tutulmuş hədəflərini üstələmişdir. Bu, qarşıya qoyulan hədəflərin iddialı olması ilə bağlı bəzi suallar doğurur: ola bilsin ki, 2030-cu ilə qədər olan dövr üçün (ixracın 45 milyard dollara çatdırılması nəzərdə tutulur) yuxarıya doğru yenidən baxılmalıdır.

Ölkənin kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac həcmi əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirmək üçün hər cür imkanı var. Lakin bu, satış bazarlarının şaxələndirilməsinə və ixrac mallarının emalı səviyyəsinin artırılmasına yönəlmiş sənayenin inkişafında keyfiyyət dəyişikliklərini tələb edir.

Kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq məhsullarının ixracının həcmi daha da artırmaq üçün sənayenin inkişafında məhsul çeşidinin və tədarük coğrafiyasının şaxələndirilməsinə, eləcə də regionların ixrac fəaliyyətinə fəal cəlb edilməsinə yönəlmiş keyfiyyət dəyişikliklərinə ehtiyac var.

Gömrük Xidmətinin məlumatına görə, 2020-ci ildə ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalının ixracı dəyər ifadəsində 29,6 milyard dollar təşkil edib (Şəkil 1-ə baxın), əvvəlki illə müqayisədə 19,2% artıb (fiziki ifadədə 19,1%). Eyni zamanda, analoji məhsulların idxalı 0,9% azalaraq 29,7 milyard dollar təşkil edib. Ümumilikdə, 2020-ci ilin sonuna pul ifadəsində kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı demək olar ki, idxala bərabər olub.

Bununla belə, fiziki baxımdan ixrac yenə də idxalı əhəmiyyətli dərəcədə üstələyir (3,6 dəfə). Beləliklə, ölkə ixracının əsas həcmi daha bahalı və daha az həcmli emal olunmuş məhsulların deyil, ucuz xammalın payına düşür.

Eyni zamanda, daxili bazarda qiymət səviyyəsinə qisamüddətli təsir göstərmək üçün məhsulların ixracı üçün şəraitin pisləşməsi və nəticədə qiymətlərin azalmasına səbəb olan vəziyyətin qarşısını almaq vacibdir.

İxrac tədarükünün ən yüksək artım tempi yağlı toxumlar və meyvələr (+70,5%), ət və ət əlavələri (+48,7%), şəkər və şəkərli qənnadı məmulatlarında (+41,7%) müşahidə olunub. Ötən il ixracda cüzi azalma yalnız iki mal kateqoriyasında - balıq, xərçəngkimilər və s. (-0,6%) və tütün (-0,7%) üzrə baş verib. 2020-ci ildə ölkə ixracının əsas hissəsini (60%-dən çoxu) üç kateqoriyalı mallar - dənli bitkilər (34,2%), balıq, xərçəngkimilər və s. (15,7%), həmçinin bitki və heyvan mənşəli piylər və yağlar təşkil edib. 14,4%).



Bununla belə, emal məhsullarının ixracının artım tempi kənd təsərrüfatı xammalının ixracına nisbətən daha aşağı tempə artır. Məsələn, 2020-ci ildə ət ixracı 1,5 dəfə, ət və balıqdan hazır məhsul isə cəmi 17,5% artıb; yağlı toxumların ixracı 1,7 dəfə, yağların ixracı isə cəmi 24,1% artıb. Hazır məhsulların xarici bazarlara satışının qurulmamasını bu məhsulların ixrac strukturunda aşağı payının qalması da sübut edir.

Belə ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının ümumi ixracında unçəkmə sənayesi məhsullarının payı cəmi 1,21% (ildə -0,12 p.p.), dənli bitkilərdən, undan, süddən hazır məhsullar - 2,55% (-0,23 s.), ətdən, balıqdan, xərçəngkimilərdən hazır məhsullar - 0,78% (-0,01 p.p.), emal edilmiş tərəvəzlər, meyvələr, qoz-fındıq və bitkilərin digər hissələri - 1,4% (+ 0,01 p.p.) ibarətdir.

İxracın inkişaf dərəcəsini müəyyən edən mühüm amil ticarət tərəfdaşı olan ölkələr tərəfindən tədarükün diversifikasiyasıdır.

Ölkənin ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalının xarici bazarlarında qarşılıqlı əlaqədə olduğu ölkələrin sayı son bir ildə bir qədər artıb (2019-cu ildəki 158-dən 2020-ci ildə 166-ya). Bununla belə, müəyyən kateqoriyalı mallar üçün çatdırılma coğrafiyası əhəmiyyətli dərəcədə azalıb. Beləliklə, Azərbaycandan süd məhsullarını idxal edən ölkələrin sayı il ərzində 53-dən 47-yə, tərəvəzlər 100-dən 87-yə qədər azalıb. Ölkənin kənd təsərrüfatı məhsullarının xaricdə tanınması üçün daha fəal iş lazımdır.

Lakin problem təkcə ticarət tərəfdaşlarının sayında deyil, həm də bir neçə ölkədə tədarükün yüksək konsentrasiyasındadır. Azərbaycanın 2020-ci ildə məhsullarını göndərdiyi 166 ticarət tərəfdaşı ölkədən tədarüklərin böyük əksəriyyəti (90%) yalnız 44 ölkədən olub. Azərbaycanın kənd təsərrüfatı məhsullarının əsas ixrac istiqamətləri Çin (13,4%), Türkiyə (10,6%), Qazaxıstan (6,9%), Misir (6,6%), Koreya Respublikası (5,8%), Belarusiya (4,7%), İrandır. 3,9%, Hollandiya (3,3%), Ukrayna (2,6%), Səudiyyə Ərəbistanı (2,3%). Ümumilikdə, bu 10 ölkə 2020-ci ildə kənd təsərrüfatı məhsullarının Azərbaycan ixracının 60% -dən çoxunu təşkil etdi.

Xüsusilə Çin istiqamətində ixracatın bu cür cəmləşməsi kifayət qədər risklidir. Son illərdə bütövlükdə Çinə daşınmalar əhəmiyyətli dərəcədə artıb (müqayisə üçün qeyd edək ki, 2014-cü ildə Çinin payı cəmi 5,8% təşkil edib). Federal Gömrük Xidmətinin məlumatına görə, Çin aşağıdakı

kateqoriyalar üzrə Rusiya ixracının əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir (bax: Cədvəl 2): ət və ət məhsulları (35,6%), balıq və xərçəngkimilər, mol-yusklar və s. (33,9%), yağlı bitkilər və meyvələr (33,2%), heyvan və bitki mənşəli piylər və yağlar (25,4%). Öz növbəsində, Çinin Rusiya bazarında mühüm təchizatçı kimi çıxış etdiyi idxal məhsulları məsələn, tərəvəzlər (18,9%), balıq və qabıqlı balıqlar (10,9%), hazırlanmış ət və balıq məhsulları (12,5%), emal edilmiş tərəvəzlər, meyvələr (17,6%) və s. kateqoriyaları var.

Azərbaycanın regionlarının ixrac potensialının zəif reallaşdırılması həm təşkilati problemlər və dövlət dəstəyi sahəsində çatışmazlıqlar, həm də kiçik biznes nümayəndələrinin ixrac fəaliyyətinə az cəlb olunması ilə əlaqələndirilir.

Aqrar-sənaye kompleksi məhsullarının ixracının həqiqətən də artımın mühərrikinə çevrilməsi üçün hazırda təcili olaraq keyfiyyət struktur dəyişikliklərinə, dövlət dəstəyi vəsaitlərinin vaxtında çatdırılmasına, nəqliyyat və logistika infrastrukturunun inkişafına, liman və yükdaşımalara artırılmasına ehtiyac var [6].

### Nəticə

Hazırda kənd təsərrüfatı sahəsində kooperasiya əlaqələrinin genişləndirilməsi və bunun nəticəsində ixracın stimullaşdırılması sahəsində fəal dövlət siyasəti həyata keçirilir.

Məlumat üçün qeyd edək ki, yeni subsidiya sisteminə əsasən kənd təsərrüfatı kooperativlərinə 50 hektardan çox sahədə əkin üçün 10% əlavə əkin subsidiyası ödənilir.

Bunun nəticəsidir ki, artıq Sabirabad rayonunda ilk kooperativ yaradılıb.

Ümumiyyətlə, kənd təsərrüfatı naziri İnam Kərimovun sözlərinə görə, “kənd təsərrüfatı sahəsində kooperativlərin yaradılması torpaqlardan daha səmərəli istifadə etməyə imkan verir və fermerlərin gəlirlərini artırır”. Bu üsul həm də rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsalını və xarici bazarlara çıxışı asanlaşdırır. Digər tərəfdən, torpaq və əmlakı birləşdirməklə fermerlər kooperativə iri investisiya layihələri cəlb edərək, mövcud texnikadan daha səmərəli istifadə edərək, daha sərfəli şərtlərlə yeni, müasir texnika ala bilərlər”.

Ölkədə kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı üzrə kooperativlərin yaradılması prosesi ləng getsə də, birgə fəaliyyətin digər forması olan assosiasiyaların təşkili kifayət qədər fəaldır. Belə ki, son illər kənd təsərrüfatının demək olar ki, bütün

prioritet sahələri üzrə müxtəlif assosiasiyalar yaradılıb. Bunlardan meyvə-tərəvəz istehsalçıları və ixracatçıları, nar istehsalçıları və ixracatçıları, şərab istehsalçıları və ixracatçıları, qoz-fındıq istehsalçıları və ixracatçıları və xurma istehsalçıları və ixracatçıları birliklərini qeyd etmək olar.

Təhlillər nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac potensialının gücləndirilməsi istiqamətində həyata keçirilən dövlət siyasətinin təsiri altında Azərbaycanın bu məhsullar üzrə ixrac göstəricilərində ümumi artım müşahidə olunur. Qeyri-neft məhsullarında da bu məhsulların payı artır, kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalında emal məhsullarının payı, ixracda isə əksinə, xammal şəklində olan məhsulların payı daha çoxdur.

Digər tərəfdən, biz kənd təsərrüfatı məhsullarını Aİ ölkələrinə baha qiymətə sata bildiyimiz halda, Rusiya Federasiyasına daha ucuz qiymətə ixrac edirik. Ona görə də, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ixrac edilərkən əsas diqqət emal məhsullarına yönəldilməlidir.

Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, yerli məhsulların emalı nəticəsində əldə edilən məhsullar xarici bazara çıxdığı andan heç də rəqabətə davamlı olmaya bilər.

Bunun üçün keyfiyyət standartlarının təminatına nəzarəti gücləndirmək və yalnız bundan sonra ölkənin milli brendinin formalaşması istiqamətində tədbirlər görmək lazımdır. İxracın coğrafiyasında keyfiyyət dəyişikliklərinə nail ol-

maq üçün yerli istehsalçıların beynəlxalq sertifikatlarla təchiz edilməsinə şərait yaratmaq lazımdır.

Bunun üçün dövlət-özəl tərəfdaşlıq tələb oluna bilər. Belə ki, fermerlərin əksəriyyətinin kiçik fermerlər olması və sertifikatların qiymətlərinin çox yüksək olması dövlətin müdaxiləsini zəruri edir. Hazırda ixrac sertifikatlarının dəyərinin 50 faizi dövlət tərəfindən ödənilsə də, fermerlər qalan 50 faizini ödəməkdə çətinlik çəkirlər.

Bu sertifikatların alınması ilə əlaqədar iri fermer təsərrüfatlarına və kooperativlərə dövlət zəmanəti ilə kredit dəstəyi verilə bilər. Beləliklə, kiçik fermerlər belə ixracda müəyyən paya malik ola bilərlər.

### ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi
2. Azərbaycanın kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə müqayisəli üstünlüklərinin qiymətləndirilməsi üzrə tədqiqatın hesabatı, Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, 2019
3. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi, <https://www.economy.gov.az>
4. Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi, <http://www.agro.gov.az/>
5. Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu, <http://www.azpromo.az>
6. [Koshkarev I.A. Malofeev A.V. "Mineral gübrələrin istifadəsi ilə əlaqədar aqronomiyanın intensivləşdirilməsinin gələcək gözləntiləri". İqtisadiyyat](#)

**Фуад Закир оглу Аббасов, доцент**  
**Нармина Асим Асланова**  
 Азербайджанский Технологический Университет

### Совершенствование структурных изменений экспортной продукции в агропромышленном комплексе

#### Резюме

Недавние экономические кризисы, экономическая неопределенность и политическая напряженность в мире находят свое отражение в перестройке торговых отношений между странами. Отдельные государства пытаются приспособить свою экономику к этим меняющимся условиям и воспользоваться преимуществами мировой экономической арены. Сельское хозяйство выбрано в качестве одного из приоритетных направлений диверсификации экономики в соответствии со стратегией диверсификации экономики нашей страны в связи с девальвацией национальной валюты на фоне высокой волатильности цен на нефть на мировом рынке. Потому что это направление очень важно с точки зрения обеспечения продовольственной безопасности

всей страны, повышения занятости населения в регионах, обеспечения поступления валюты в страну за счет экспорта сельскохозяйственной продукции. В последнее время государством реализованы многочисленные меры в направлении развития аграрного сектора и укрепления экспортного потенциала сельскохозяйственной продукции, усилена политика государственной поддержки экспорта. Цель статьи - оценить регулирующее воздействие государства в сфере стимулирования экспорта сельскохозяйственной продукции в текущий период, в том числе эффективность политики государственной поддержки, и выдвинуть предложения по совершенствованию товарной структуры. и география.

**Ключевые слова:** *сельское хозяйство, экспорт, оценка эффективности экспорта.*

**Fuad Zakir oghlu Abbasov, ass.professor**  
**Narmina Asim Aslanova**  
**Azerbaijan Technology University**

### **Improving the structural changes of export products in the agricultural sector**

#### **Summary**

The recent economic crises, economic uncertainty and political tension in the world are reflected in the restructuring of trade relations between countries. Individual states are trying to adapt their economies to these changing conditions and take advantage of the global economic arena. Agriculture has been selected as one of the priority areas for economic diversification in accordance with the strategy of diversifying the economy of our country due to the devaluation of the national currency against the background of high volatility of oil prices on the world market. Because this direction is very important in terms of ensuring the food security of the entire country, increasing the employment of the population in the regions, and ensuring the flow of currency to the country through the export of agricultural products. Recently, the state has implemented numerous measures in the direction of the development of the agricultural sector and the strengthening of the export potential of agricultural products, and the policy of state support for exports has been strengthened. The purpose of the article is to evaluate the regulatory influence of the state in the field of stimulating the export of agricultural products in the current period, including the efficiency of the state support policy, and to put forward proposals regarding the improvement of the commodity structure and geography.

**Keywords:** *agriculture, export, evaluation of export efficiency*