

Типография Азербайджанской Государственной Нефтяной
Академии

AZ 1010, Баку, ул. Азадлыг, 36

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
НЕФТЯНАЯ АКАДЕМИЯ

На правах рукописи

Йылмаз Арсалан Халит оглы

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ АЗЕРБАЙДЖАНА И
ТУРЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Специальность: 5304. 01-Виды Экономической
Деятельности

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора философии по экономике

Баку-2015

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT NEFT AKADEMİYASI

Əlyazması hüququnda

Yılmaz Arslan Halit oğlu

QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ
AZƏRBAYCAN TÜRkiYƏ XARİCİ
TİCARƏT ƏLAQƏLƏRİ VƏ
ONUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI

İxtisas: 5304.01- İqtisadi Fəaliyyət Növləri

İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

BAKİ – 2015 il oğma № _____

Ali Attestasiya Komissiyası

Dissertasiya işi Odlar Yurdu Universitetinin "İqtisadiyyat və menecment" kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: - i.e.d, professor Aydın Hidayət oğlu Səmədov

Rəsmi opponətlər: - i.e.d, professor Ramiz Kamal oğlu İsgəndərov

- i.f.d, b.e.i Ələsgər Bərxudar oğlu Səriyev

Aparıcı təşkilat: Sumqayıt Dövlət Universitetinin
"Dünya İqtisadiyyatı" kafedrası

Müdafiə 25 iyun 2015-ci il saat 11⁰⁰-da Azərbaycan Dövlət Nəft Akademiyası nəzdindəki D.02.141 Dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan Az1010, Bakı şəhəri, Azadlıq pr.34

Dissertasiya işi ilə Azərbaycan Dövlət Neft Akademiyasının kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat 25 may 2015-ci ildə göndərilmişdir.

D.02.141 Dissertasiya şurasının
Elmi katibi, t.e.d., professor



Ə.M. Əliyev

İşin Ümumi Xarakteristikası

Tədqiqatın aktuallığı: Hazırki dövrdə Türkiyə-Azərbaycan münasibətləri bir çox istiqamətlər, o cümlədən, siyasi, iqtisadi və sosial sahələr üzrə uğurla inkişaf edir. Eyni zamanda, qardaş xalqların daha çox yaxınlaşmasına imkan yaradan fəaliyyət sahələri də vardır ki, bunların da sırasına xarici ticarət fəaliyyətini aid etmək olar.

Ümummilli lider H.Əliyevin və onun davamçısı, Respublikanın Prezidenti İ.Əliyevin bilavasitə iştirakı ilə yenidən yaradılaraq müasir şəkllə salınmış Azərbaycanın xarici ticarəti dünya ticarətinə tam inteqrasiya olunmuşdur.

Ancaq xarici ticarətin durmadan artan tələbatları, qloballaşma şəraitində ölkələrin fəal şəkildə dünya təsərrüfat əlaqələri və dünya ticarətinə daxil olması bu sahədəki yeni yanaşmaların, onun Azərbaycan və Türkiyədə yaranan iqtisadi situasiyaların transformasiyalarına qarşı çevikliyinin təmin edilməsinin, beynəlxalq qayda və normalara uyğun olaraq bu ölkələrin yaxınlaşmasının son dərəcə zəruriliyini şərtləndirir.

Türkiyə və Azərbaycanın zəif xarici ticarət əlaqələri olduğunu göstərən onlar arasındakı ixrac-idxal əməliyyatlarının müqayisəli təhlili də bundan xəbər verir. Xüsusən, 2006-2013-cü illər ərzində Azərbaycan və Türkiyə arasında xarici ticarət əmtəə dövriyyəsi 773,2 mln. ABŞ doll.-ından 1989,8 mln. ABŞ doll.-ına qədər və ya 2,6 dəfə artmışdır. Eyni zamanda Türkiyə ilə əmtəə dövriyyəsinin Azərbaycanın ümumi xarici ticarət dövriyyəsidəki xüsusi çəkisi 6,6%-dən 5,7%-ə, başqa ölkələrlə müqayisədə isə 8,6%-dən 6,4%-ə qədər azalmışdır. Eyni vaxtda bu ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsinin orta illik artım templərinin də aşağı düşməsi tendensiyası müşahidə olunur.

Bütün bunlar məcmu halda Azərbaycan və Türkiyənin xarici ticarət əlaqələrinin təkmilləşdirilməsinin nəzəri və praktiki problemlərinin kompleks tədqiqinin, qardaş ölkələrin müştərək və xarici firmalarının dəridən öyrənilməsinin zəruriliyini ifadə edir.

Problemin öyrənilməsi dərəcəsi: Son illər, xüsusilə dünya iqtisadi böhranının meydana çıxması dövründə bir çox ölkələrin alim və iqtisadçıları ayrı-ayrı ölkələrin xarici iqtisadi fəaliyyətlərinin, habelə dövlətlərarası xarici ticarət əlaqələrinin tədqiqinə xüsusi diqqət ayırırlar. Belə diqqətin səbəbi onunla əlaqədardır ki, dünya maliyyə böhranı dünyanın bir çox ölkələrini əhatə edir, bu, onların müxtəlif qloballaşma proseslərində fəal iştirak etmələri ilə bağlıdır. Bu sahədə fəaliyyət göstərən qərb alimlərinə L.Arye, E.Braerti, D.Barton, T.Qao, A.Qəbart, R.Daft, M.Conson, F.Kotler, J.Lanben, D.Lemann, M.Porter, L.Praysner, B.Stoun, R.Spiro, Q.Uysal, Q.Feyqin, A.Hyuz, K.Haksever və başqalarının əsərlərini aid etmək olar.

Postsovet məkanının alim-iqtisadçıları arasında İ.S.Alekseyev, V.A.Abramov, M.V.Braterskiy, Q.L.Bagiyev, E.P.Babin, A.B.Boldırev, E.V.Betenko, E.V.Vavilov, Y.A.Volobuyev, A.V.Qureyev, İ.N.Qerçikov, N.S.Qubanov, E.L.Draçev, D.E.Eremov, M.V.Şarikov, M.K.Ziqanşin, A.O.İvanov, C.V.Korşuniv, Q.S.Korneyçuk, V.İ.Koptovski, V.V.Kunakov, N.Q.Kiriyev, V.İ.Kononov, K.R.Matyuşin, A.V.Petrovsskiy, Y.M.Rostovsev, E.N.Smırmov, M.A.teterin, Y.Y.Ulçenko, E.İ.Urazov və başqalarının əsərlərini fərqləndirmək olar. Bu problemə Azərbaycan və Türkiyə alimləri də öz müəyyən töhfələrini vermişlər – E.Ayhan, Ə.H.Ələkbərov, İ.Ə.Feyzullabəyli, İ.H.İnan, R.İ.Quliyev, R.Mehdiyev, T.C.Məmmədov, R.T.Həsənov, Ş.H.Hacıyev, K.P.Paşayev, Z.A.Səmədzadə, D.Vəliyev, A.H.Səmədov və b.

Sözsüz ki, yuxarıda adları çəkilən alim və iqtisadçıların elmi əsər və işləri bir çox öyrənilən problemin həllini əhəmiyyətli dərəcədə irəlilətməmiş, xarici iqtisadi və xarici ticarət fəaliyyətinin bir sıra aspektlərini yeni şəkildə dərk etməyə imkan yaratmışdır. Bununla yanaşı, elmi ədəbiyyatda Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin xüsusiyyətləri çox məhdud şəkildə əks etdirilmiş, müştərək və xarici firmaların işinin effektivliyinin artırılması məqsədilə onların dünya fəaliyyətində adekvat islahatların aparılması məsələləri zəif işıqlandırılmışdır.

Beləliklə, iqtisad elmi və praktikası üçün göstərilən problemlərin həllinin zəruriliyi, onların kifayət qədər işlənməməsi dissertasiya işinin bu mövzu və istiqamətinin seçilməsinə şərtləndirmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Dissertasiya işinin məqsədi Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin obyektiv və hərtərəfli öyrənilməsindən və bunun əsasında bu ölkələrin dünya iqtisadi sistemində inteqrasiyası kontekstində bu əlaqələrin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir.

Qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olunması üçün dissertasiya işində aşağıdakı məsələlər həll edilmişdir:

- Xarici ticarət əlaqələrinin nəzəri aspektlərinin əsaslandırılması;
- risk şəraitində xarici ticarət əlaqələrinin rəqabət üstünlüyü strategiyasının işlənilib hazırlanması;
- müasir şəraitdə xarici ticarət əlaqələrinin tədqiqi mexanizmləri və metodlarının işlənilib hazırlanması;
- Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin vəziyyətinin kompleks, sistemli təhlilinin həyata keçirilməsi;
- Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin rəqabətliliyinin artırılması yollarının aşkar edilməsi;
- İki respublikanın xarici ticarət əlaqələrində risklərin azaldılması yollarının əsaslandırılması və bu əlaqələrin proqnoz qiymətinin verilməsi;

- Türkiyə və Azərbaycan arasında ixrac-idxal əməliyyatlarının iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsi.

Tədqiqatın obyektı: Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələri və bu əlaqələrin dünya iqtisadi sistemində inteqrasiyasıdır.

Tədqiqatın predmeti: Xarici ticarət əlaqələrinin formalaşması münasibətləri və prosesləri və qloballaşma şəraitində Türkiyə və Azərbaycan respublikalarında bu əlaqələrin təkmilləşdirilməsi yollarının əsaslandırılması çıxış edir.

Tədqiqatın nəzəri əsası: Xarici və milli alimlərin, habelə bu sahənin praktiklərinin xarici iqtisadi və ticarət əlaqələri, beynəlxalq və daxili ticarət sahəsindəki elmi əsərləri təşkil edir.

Tədqiqatın metodoloji əsası: Konseptual və sistemli yanaşmaların təməl nəzəri prinsipləri, elmi tədqiqatın metod və üsulları, statistik qruplaşma və müqayisələr, ümumiləşdirmə və xüsusişdirmələr, iqtisadi-riyazi metod və modellər, hesabi və proqnoz qiymətləndirmələr və s. çıxış edir.

Dissertasiya işinin informasiya bazası: Qanunverici və hüquqi aktlar, Azərbaycan və Türkiyə prezidentlərinin sərəncam və göstərişləri, iki respublikanın Nazirlər kabinetinin qərarları, xarici ticarət sahəsində beynəlxalq normativ-hüquqi sənədlər, Azərbaycan və Türkiyənin Dövlət statistika komitələrinin statistik materialları, Beynəlxalq Valyuta Fondunun və Ümumdünya Ticarət Təşkilatının materialları, Dünya Bankının məruzələri, BMT-nin ticarət və inkişaf üzrə konfransları və s. təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, ilk dəfə olaraq Türkiyə və Azərbaycanın dünya iqtisadi sistemində inteqrasiyası şəraitində bu ölkələrin xarici ticarət əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi problemlərinin kompleks tədqiqinin həyata keçirilməsinə cəhd edilmişdir.

Aparılmış tədqiqat nəticəsində elmi yenilik təşkil edən aşağıdakı nəticələr əldə edilmişdir:

- xarici iqtisadi və ticarət əlaqələri sahəsində qabaqcıl xarici təcrübənin hərtərəfli elmi təhlil vasitəsilə global böhranlar və risk şəraitində xarici ticarət əlaqələrinin rəqabət üstünlüyü strategiyası ilə bağlı nəzəri-metodoloji müddəalar işlənib hazırlanmışdır;

- xarici ticarət əlaqələrinin tədqiqinin mexanizm və kompleks metodları işlənib hazırlanmış, bu əlaqələrin effektivliyinin qiymətləndirilməsi və proqnozlaşdırılmasına metodoloji yanaşmalar formalaşdırılmışdır;

- Türkiyə və Azərbaycanın xarici iqtisadi və ticarət əlaqələrinin həm makroiqtisadi, həm də mikroiqtisadi səviyyələrdə kompleks və sistemli təhlili aparılmışdır;

- Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin rəqabətliliyinin artırılması yolları aşkar edilmişdir;

- xarici ticarət əlaqələri sahəsində risklərin azaldılması əsaslandırılmış və iki respublika arasında ixrac-idxal əməliyyatlarının proqnoz qiymətləndirilməsi həyata keçirilmişdir;

- hesabi tədqiqatlar aparılmış, Türkiyə və Azərbaycan arasında ixrac, idxal və ixrac-idxal əməliyyatlarının iqtisadi effektivliyi müəyyən edilmişdir.

İşin praktiki əhəmiyyəti: Dissertasiya işinin əsas müddəə və tövsiyələri xarici iqtisadi fəaliyyət və xarici ticarət əlaqələri sahəsindəki elmi işçilər və mütəxəssis praktiklər üçün maraq kəsb edir. Dissertasiyanın ayrı-ayrı materialları ölkənin ali məktəblərində "Dünya iqtisadiyyatı", "Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər", "Beynəlxalq ticarət" və s. kimi ixtisasları üzrə istifadə və tətbiq oluna bilər.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti həmçinin ondan ibarətdir ki, onda irəli sürülən ideya və fikirlər həm dövlət səviyyəsində, həm də xarici iqtisadi və xarici ticarət fəaliyyəti sahəsində ayrı-ayrı müştərək və xarici firmalar səviyyəsində tətbiq oluna bilər. Bundan başqa, dissertasiya işinin bir sıra müddəaları xarici bazara çıxışı olan firma rəhbərləri üçün də faydalı ola bilər.

Tədqiqatın aprobasiya və reallaşdırılması: Dissertasiya işi "Odlar Yurdu" universitetinin iqtisadiyyat və menecment kafedralarında və Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin elmi seminarında müzakirə olunmuşdur. Tədqiqatın nəticələri 2010-2014-cü illər ərzində beynəlxalq, respublika və ali məktəb konfransı və seminarında məruzə edilmişdir.

Verilmiş problem üzrə elmi əsaslandırılmış yazılar maraqlı idarə və təşkilatlara istiqamətləndirilmiş, bu yazılar bəyənilmiş və praktiki tətbiq üçün qəbul olunmuşdur (TÜSİAB arayış №: 360/306, Seha Şirkəti arayış №: 5, Akseuar İnşaat arayış №:16/14).

Nəşrlər: Dissertasiya işinin əsas tərkibi ümumi həcmi təxminən 5 ç.v. olan 7 elmi məqalə və tezisdə nəşr etdirilmişdir.

Dissertasiyanın həcm və strukturu: Dissertasiya işi girişdən, üç fəsilədən, nəticədən və istifadə olunmuş ədəbiyyatlar siyahısından olmaqla 145 səhifədən ibarətdir.

Dissertasiya işinin qısa məzmunu

1. Qloballaşma şəraitində xarici ticarət əlaqələrinin nəzəri aspektləri

Dissertasiyada qeyd olunur ki, müasir iqtisadi ədəbiyyatda "qloballaşma" anlayışı, əsasında istehsalın, investisiyanın və bölüşdürmənin beynəlmilləşməsinin durduğu, transmilli korporasiyaların iriləşməsi, vahid istehsal və maddi nemətlərin bölüşdürülməsi bazarının, beynəlxalq və xarici

bazarın formalaşmasında və s. təzahür edən iqtisadiyyatın inkişafında ən yeni proses kimi xarakterizə olunur.

Qloballaşmanın əsasında əmtəə mübadiləsi ilə yanaşı istehsal, həmçinin həm transmilli kompaniyalar daxilindəki müəssisələrin, həm də transmilli və milli kompaniyalar, habelə beynəlxalq və xarici ticarətlə məşğul olan müxtəlif firmalar arasında baş verən proseslərin kooperasiyalaşmasının məhsuldarlığı durur.

Beynəlxalq və xarici ticarətin qloballaşması yük dövriyyəsinin artımına və müvafiq olaraq, yük vahidinə və nəqliyyat vasitəsinin yük götürmə/qaldırma vahidinə düşən nəqliyyat xərclərinin ardıcıl olaraq azalmasına gətirib çıxarmışdır. Bu azalma beynəlxalq ticarəti stimullaşdıran amil əhəmiyyətini əldə etmişdir, bu isə öz növbəsində, xarici ticarət fəaliyyətinin effektivliyinin artırılması üçün stimül kimi çıxış edir.

Ancaq son illərin dünya maliyyə böhranı göstərdi ki, qloballaşma prosesləri təkcə ayrı-ayrı kompaniya və firmaların yox, həm də bütünlükdə beynəlxalq və xarici ticarət fəaliyyətinin effektivliyinə mənfi təsir göstərə biləcək global böhran amili kimi də çıxış edə bilər.

Qloballaşma şəraitində beynəlxalq ticarətin inkişafının əsas tendensiyaları aşağıdakılardır:

- beynəlxalq ticarətin dinamikası yüksək inkişaf templəri ilə xarakterizə olunur;

- xarici ticarət ölkənin daxili təsərrüfatının ümumi inkişaf templəri ilə müqayisədə daha yüksək templərlə artır;

- ayrı-ayrı ölkələr arasında əmtəə axınları ərazi və ya təşkilati əlamət üzrə formalaşdırılır;

- beynəlxalq ticarətin əsas axını sənayesi inkişaf etmiş ölkələrin qarşılıqlı ticarətinin payına düşür (65%-ə qədər);

- beynəlxalq əmtəə dövriyyəsinə cəlb olunan əmtəə axınları diversifikasiyaya olunur;

- ETT-nin təsiri altında beynəlxalq ticarətdə hazır məhsulların xüsusi çəkisi artır (75%-ə qədər);

- beynəlxalq ticarətdə istehsalın xüsusi çəkisi azalır.

Ticarət siyasəti nöqtəyi-nəzərdən, qloballaşmanı kifayət qədər dəqiqi zaman çərçivələrinə malik olan və beynəlxalq əməkdaşlığın praktiki olaraq bütün sahələrini tənzimləyən coxtərəfli razılaşma və normalar sisteminin formalaşması ilə bağlı proses kimi xarakterizə etmək olar.

Disartasiyada qeyd olunur ki, bir çox alimlər ticarət siyasəti sahəsinin tədqiqinə daha dərinlən yanaşır və onu istehsalla qarşılıqlı əlaqədə nəzərdən keçirirlər. Belə ki, misal üçün, P.X.Lindert ölkələrin istehsal amilləri ilə nisbi təmin olunma səviyyəsini onların xarici ticarətinin strukturu ilə müqayisə etməyi təklif edir.

Istehsalın inkişaf formaları arasındakı nisbət də dəyişmişdir. Əgər XX əsrin əvvəllərində müəssisə və kapitalın böyüməsi, onun mərkəzləşməsi prosesi gedirdisə, əsrin ikinci yarısı istehsalın təşkilati strukturunda dəyişikliklərlə yadda qaldı. Çevik istehsala malik olan və istehlakçıların tələbinə tez reaksiya verən kiçik mobil müəssisələr gətdikcə daha böyük rol oynamağa başladılar. Tədricən xırda biznes iqtisadi inkişafın mühüm amilinə çevrildi. Kiçik müəssisələrin effektivliyi ona gətirib çıxarı ki, bir çox iri firmalar kiçik filiallar, qız firmaları yaradırlar. Korporasiya daxilində öz işində tam müstəqillik əldə edən ayrı-ayrı bölmələr, qruplar yaranır. Vaxt ötdükcə onlar ayrılır və müstəqil fəaliyyətə başlayırlar.

Eyni zamanda alimlər belə hesab edirlər ki, bu səbəbləri başa düşmək cəhdlərini bir sıra tədqiqatçılar firmaların eyni zamanda bir neçə ölkədə fəaliyyət göstərdiyi şəraitdə transmilli korporasiyaların fəaliyyəti ilə əlaqələndirirlər. Bu korporasiyaların fəaliyyətində ticarətin ən mühüm sahə olaraq qalmasına baxmayaraq, o, beynəlxalq rəqabətin heç də yeganə sahəsi deyildir. Transmilli korporasiyalar (TMK) müxtəlif ölkələrdə məhsul istehsal edir və satırlar, bu zaman dünya ticarətinin mühüm hissəsi filiallar arasındakı ticarətin payına düşür, inkişaf etmiş ölkələrin idxalının mühüm hissəsi ilə TMK-ların şəxsi filiallarının məhsul idxalıdır.

Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya şəraitində xarici ticarət əlaqələrində mühüm dəyişikliklər baş verir. Bazar münasibətləri sahəsi kimi onları daxili münasibətlərdən fərqləndirən xüsusiyyətləri aşağıdakı amillərə əsaslanır. Birincisi, alıcı və satıcıların bir-birilərdən əhəmiyyətli dərəcədə uzaqlığı ilə müəyyən olunan dünya iqtisadiyyatının məkan miqyasları və deməli, nəqliyyat problemləri və onlarla bağlı xərclərin böyük əhəmiyyətli kəsb etməsi. Sonuncu xarici iqtisadi əlaqələrin qurulmasında, konkret sazişlərin bağlanması manea kimi çıxış edə bilər. İkincisi, istehsal amillərinin mobilliyinin (çevikliyin) və ya başqa sözlə, resursların, hər şeydən əvvəl, təbii resursların (torpaq və faydalı qazıntı ehtiyatları) hərəkətiliyinin aşağı olmasıdır.

Xarici ticarət əlaqələr mexanizminin mövcud aspekti informasiya mühitidir. Hətta ticarət-iqtisadi əməliyyatlarda belə iştirakçılardan əsaslandırma və qərar qəbul etməyə, onun yerinə yetirilməsi və nəticələr üzərində etibarlı nəzarət etməyə imkan verən, həqiqi və müqayisə oluna bilən informasiya tələb olunur.

Inkişaf etməkdə olan ölkələr sənayeləşmə problemlərini həll edərkən yeni sənaye müəssisələrinin yaradılması üçün zəruri olan maşın və avadanlıqları idxal etməyə, onların inkişaf etmiş ölkələrdən təchizatını yaxşılaşdırmağa çalışırlar. Bu zaman beynəlxalq ticarətin əmtəə strukturunda əsas dəyişikliklər aşağıdakılarda özünü ifadə edir: xammal və yanacaqın xüsusi çəkisi ixtisar olunmuş, emaledici sənaye məhsullarının

payı artmışdır; ərzaq məhsullarının payı əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır; kimyəvi məhsullarla beynəlxalq ticarət dayanıqlı templərlə artır; təyinatına görə oxşar olan, lakin texniki-iqtisadi parametrlərinə görə bir-birindən fərqlənən məmulatların beynəlxalq mübadiləsi inkişaf edir; adları çəkilən dəyişikliklər paralel olaraq beynəlxalq ticarətin strukturunda xidmətlər ticarətin miqyasları dinamik olaraq artır.

Disartasiyada qeyd olunur ki, bu dəyişikliklər, birinci növbədə, dünyanın demək olar ki, bütün ölkələrində emaledici sənayenin dinamik artımı, ETİ və ETT-nin təsiri altında buraxılan məhsul nomenklaturunun kəskin genişlənməsi və emaledici sənaye məhsulları üzrə tələbin dayanmadan artması, ikinci növbədə, iqtisadiyyatın bütün sahələrində maşın və avadanlıqların mənəvi aşınmasının sürətli əvəzlənməsi ilə bağlı olaraq əsas kapitalın yenilənməsi müddətləri, üçüncü növbədə isə aparıcı TMK-ların fəaliyyətlərinin mürəkkəb elm tutumlu texnikanın yaradılması sahələrində mərkəzləşməsi ilə bağlıdır.

Ölkələrin xarici ticarət fəaliyyətini təhlil edərkən onu yadda saxlamaq lazımdır ki, xarici ticarətdə ixrac və idxalın hesablanması üzrə beynəlxalq razılaşmalar və formalaşmış praktika mövcuddur, buna görə də dünya ixracatının dəyəri hər zaman dünya idxalının dəyərindən sığorta və fraxtın dəyəri kəmiyyətində az olur.

Beləliklə, yeni əsrdə beynəlxalq mübadilə dinamik şəkildə inkişaf edərkən köhnə tendensiyaları saxlamaq yanaşı yeni cəhətlər də əldə edir.

2. Risk şəraitində xarici ticarət əlaqələrinin rəqabət üstünlüyü strategiyası: xarici təcrübə

Disartasiyada qeyd olunur ki, son illər alimlər həm makro, həm də mikro səviyyələrdə risk problemləri ilə bağlı tədqiqatlara kifayət qədər böyük diqqət ayırırlar. Onların fikrincə, müasir şəraitdə riskin fərqləndirici xüsusiyyətlərinə aid etmək olar: riskin sosial, siyasi və hüquqi amillərdən asılılığı; firmaların maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətində qeyri-müəyyənliyin mövcudluğu; informasiyanın qeyri-tamlığı və ya mövcud olmaması; bazar konyunkturunun inkişafının başlıca tendensiyalarının tam dəqiq proqnozlaşdırılmasının qeyri-mümkünlüyü; kommertiya əməliyyatlarının həyata keçirilməsi nəticəsində zərərin və ya sıfır dərəcəli gəlirin əldə edilməsi ehtimalı; planlaşdırılan kommertiya əməliyyatının nəzərdə tutulan iqtisadi nəticəsinin müəyyən edilməsi imkanının mövcud olmaması və s.

Eyni zamanda xarici ticarət riskləri ilə bağlı problemlər kifayət qədər tədqiq olunmamışdır, həmçinin qloballaşma şəraitində riskin nisbətən yeni növü olan qlobal risk də meydana çıxmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, risk şəraitində xarici ticarət əlaqələrinin rəqabət üstünlüyü strategiyasının işlənilib hazırlanması müxtəlif xarici ölkələrdə müxtəlif cür həll edilir.

Bu problem üzrə ayrı-ayrı ölkələrin təcrübəsini nəzərdən keçirək.

Avstraliyanın xarici iqtisadi siyasətinin mühüm aspekti milli əmtəə istehsalçılarının xarici ticarət əməliyyatlarının stimullaşdırılması üzrə müxtəlif proqramların işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. Təşkilati xarakter ilə yanaşı, bu tədbirlər özündə maliyyə rıçaqları sistemini əks etdirir və bu da onların məhsuldarlığını əhəmiyyətli dərəcədə artırır, kiçik və orta biznesin fəaliyyətini stimullaşdırır.

Son illər Meksikanın xarici ticarət siyasəti xüsusilə azad ticarət haqqında Şimali Amerika razılaşmasının bağlanmasıdan sonra güclü dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Bunlara dövlət tərəfindən həyata keçirilən iqtisadi islahatları, habelə xarici iqtisadi fəaliyyəti tənzimləyən əsas qanunların istehsallar yolu ilə dəyişdirilməsini, Meksikanın Tariflər və ticarət üzrə əsas razılaşmaya (TTƏR/ÜTT) qoşulmasını, habelə əsas ticarət partnyorları ilə azad ticarət zonalarının yaradılması haqqında sazişlərin bağlanması, ölkəyə xarici kapitalın axınının stimullaşdırılmasını, əmtəə dövriyyəsinin artımını, həmçinin Meksika iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətliliyinin artımını aid etmək olar.

Yaponiyada dövlət və biznes arasında qarşılıqlı münasibətlərin xüsusi modeli formalaşmışdır, bu münasibətlərin səciyyəvi cəhətləri daimi dialoq, qarşı tərəfin mövqelərini nəzərə almağa hazırlıq və ümummilli maraqların təmin edilməsi üçün vahid platformanın işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. Belə qarşılıqlı fəaliyyət modeli yaponiyada dövlət-özəl partnyorluğunun uğurlu şəkildə formalaşmasına və ümumən ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına imkan yaradan ən mühüm institusional amillərdən biri kimi çıxış edir.

Iqtisadi inkişafda Finlandiyanın uğuru çox halda effektiv dövlət siyasətinin nəticəsini əks etdirir. Xüsusi halda, texnoloji və innovasiya siyasətini fərqləndirmək lazımdır, bunlar sayəsində Finlandiya yüksək texnologiyalar sahəsində ən qabaqcıl ölkələrdən birinə çevrilmişdir.

Çin tədqiqatçıları hesab edirlər ki, regionun rəqabət qabiliyyətliliyinin formalaşdırılmasını məhz XİZ (xüsusi iqtisadi zona) bazasında həyata keçirmək olar. Bu zonalar "katalizator" rolunu oynayır və regionun sisteminin əsas elementlərinin dayanıqlı qarşılıqlı fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün özünəməxsus platforma kimi çıxış edir.

Türkiyədə təkcə iri səhmdar cəmiyyətləri və TMK-lar yox, həm də kiçik və orta müəssisələr də xarici iqtisadi fəaliyyətdə fəal iştirak edirlər. Xüsusi halda, ölkədə kiçik və orta müəssisələrin iri kompaniyaların tərkibində onların xarici bazara çıxması məqsədilə müştərək fəaliyyətləri mexanizmi də işlənilib hazırlanmışdır.

Türkiyənin xarici iqtisadi fəaliyyəti çox halda kooperativ hərəkətin güclü inkişafı ilə müəyyən olunur. Beynəlxalq kooperativlər alyansının üzvü olan ölkənin kooperativ təşkilatları modeli də bundan xəbər verir.

Qeyri-dövlət birlikləri arasında aparıcı rol Türkiyənin Sığorta və yenidən sığortalama kompaniyalarının ittifaqına məxsusdur. Türkiyə bazarında fəaliyyət göstərən bütün sığorta kompaniyalarının bu ittifaqda iştirakı mütləqdir. Türkiyənin sığorta və yenidən sığortalama kompaniyaları türk sığorta kompaniyalarının dövlət hakimiyyəti orqanları ilə qarşılıqlı fəaliyyətlərinin həyata keçirildiyi mərkəz kimi çıxış edir.

3. Xarici bazarda marketing strategiyasının formalaşdırılmasının müasir modelləri

Marketing tədqiqatları sahəsində məşhur xarici mütəxəssislər olan F.Kotler, H.Armstrong, D.Sonders, V.Vonq hesab edirlər ki, beynəlxalq marketing təkcə müxtəlif ölkələrdə böyük tələblə çıxış edən əmtəə və xidmətlərin ixrac edilməsi demək deyildir. O, məqsədli bazara böyük investisiyalar və uzunmüddətli sərmayələrin qoyulmasını, mədəni müxtəlifliklərin hiss edilməsi və öz əmtəə və marketing strategiyalarını istehlakçıların ehtiyaclarına uyğunlaşdırılmasını nəzərdə tutur. Əgər müasir kompaniyalar bunu edə bilsələr, xarici bazarlar mənfəətli və stabil olacaqdır.

Bizim fikrimizcə, beynəlxalq marketingin daha dərindən tədqiq edilməsi üçün xarici bazarın aşağıdakı istiqamətlər üzrə marketing strategiyasını formalaşdırmaq və tədqiq etmək lazımdır:

- xarici iqtisadi fəaliyyətdə marketing prosesinin müəyyən edilməsi;
- beynəlxalq bazarlara çıxarkən daxili və xarici əmtəə dövriyyəsinin (o cümlədən mənfəətin) nisbətini aşkar edilməsi;
- xarici bazarın ticarət müştərilərinin məcmu dəyərliliyi göstəricisi üzrə seqmentləşdirilməsi;
- xarici bazarda seqmentləşdirmənin aparılması, məqsədli seqmentlərin seçilməsi və mövqeləşdirmə;
- adaptiv marketing strukturunun işlənilib hazırlanması;
- marketing strategiyalarının formalaşdırılması modelinin işlənilib hazırlanması;
- marketing strategiyalarının formalaşması və inkişafına təsir göstərən amillər qrupunun müəyyən edilməsi;
- xarici iqtisadi fəaliyyətdə marketing-menecmentin ümumi prosesinin işlənilib hazırlanması;
- yeni əmtəənin xarici bazara nüfuzunun diffuzisiya prosesindən istifadə edilməsi;
- yeni əmtəənin xarici bazarda satış şəbəkəsinin optimallaşdırılması texnologiyasının işlənilib hazırlanması;
- beynəlxalq bazarda konsaltinq təsirinə göstərilməsi obyektinin yeni şəkllə salınması alqoritminin işlənilib hazırlanması;
- xarici bazarda ticarət heyətinin məhsuldarlığının asılı olduğu dəyişənlərin müəyyən edilməsi;

- xarici bazarda ticarət heyətinin məhsuldarlığı ilə motivasiyası arasındakı qarşılıqlı əlaqənin müəyyən edilməsi.

Xarici bazarda marketing strategiyalarının formalaşdırılmasının müasir modellərini verilmiş ardıcılıqda işləyib hazırlamağa çalışaq.

Hazırkı dövrdə xarici iqtisadi fəaliyyət marketingində üç sahəni fərqləndirmək olar: sazişlərin kompaniyalarla son istehlakçılar, yəni ayrı-ayrı insanlar arasında bağlandığı istehlakçı marketingi (B2C-M); mübadilənin hər iki iştirakçısı kimi təşkilatların çıxış etdiyi işgüzar marketing (B2B-M); özünə qeyri-kommersiya təşkilatlarının fəaliyyətini daxil edən sosial marketing.

Bu prosesin praktiki tətbiqi firmaya iki tərəfli yanaşmanı nəzərdə tutur.

Disartasiyada qeyd olunur ki, xarici marketing konsepsiyası dedikdə, metodoloji, metodiki, iqtisadi, təşkilati, sosial-psixoloji, kadr, texniki-texnoloji qəbildən, elmi dərk olunmuş və təcrübədə sınınmış obyektiv qanunlara, qanunauyğunluqlara və nəzərdən keçirilən xarici bazarda məqsədlərin mövcudluğu prinsiplərinə uyğun olaraq, konkretləşdirilmiş və xarici bazar şəraitinə uyğunlaşdırılmış məqsədlər məcmusu başa düşülür.

Eyni zamanda beynəlxalq marketing öz spesifik xüsusiyyətlərinə də malikdir, bunların sırasına beynəlmilləşməsinə daxil etmək olar. Bu xüsusiyyətlər firmaların mənfəətliliyinin qiymətləndirilməsi və beynəlxalq bazara çıxarkən daxili və xarici əmtəə dövriyyəsinin nisbəti vasitəsilə daha yaxşı təzahür edir.

Hazırkı dövrdə xarici iqtisadi əlaqələrin tədqiqində global marketing nöqteyi-nəzərində marketing strukturlarının rolu və əhəmiyyəti artır. Qlobal marketingin mürəkkəb xarici iqtisadi məsələlərinin həlli üçün XXI əsrin əvvəlində yeni interaktiv mühitdə istehlakçılarla dəfələrlə təmas əsasında ticarət markalarının əldə edilməsi imkanlarının və strategiyalarının inkişafına getdikcə daha böyük diqqət ayrılacaqdır, bu, qərb ədəbiyyatında adaptiv marketing strukturu adını daşıyır.

Müasir kompaniyaların adaptiv marketing strukturunun əsas vəzifəli iştirakçıları vitse-prezidentlərdir: istehlakçılarla iş üzrə, marketing strategiyası üzrə, texniki reallaşdırma üzrə.

Qeyd etmək lazımdır ki, xarici kompaniyaların adaptiv marketing strukturunda həm şəqli, həm də üfqi əlaqələr güclü şəkildə inkişaf etmişdir.

4. Xarici və müştərək kompaniyaların xarici ticarət fəaliyyətinin tədqiqinin effektiv metod və metodikalarının işlənilib hazırlanması

Marketing strategiyalarının formalaşdırılması modellərinin və konkret praktiki hesablamaların real reallaşdırılması üçün xarici ticarət fəaliyyətinin tədqiqinin aşağıdakı ardıcılıqda effektiv metodları və metodikasını işlənilib hazırlanmışdır:

- rəqabətli xarici bazarın effektivliyinin müəyyən edilməsi;
- idxalın iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsi metodikasından istifadə edilməsi;
- ixrac-idxal əməliyyatlarının iqtisadi effektivliklərinin müəyyənəşdirilməsi metodikasının tətbiq edilməsi
- ayrı-ayrı əmtəə qruplarının ixrac və idxalının hesabi effektivlik göstəricilərinin müəyyən edilməsi;
- natural və dəyər ifadəsində idxal kvotalarının müəyyən edilməsi;
- beynəlxalq inteqrasiyanın indekslər metodu vasitəsilə kəmiyyət iqtisadi göstəriciləri hesablanması və qiymətləndirilməsi;
- ixrac-idxal əməliyyatlarının həyata keçirilməsi zamanı firmaların saziş xərcləri metodikasının tətbiq edilməsi;
- xarici bazara çıxarkən risk dərəcəsinin müəyyən edilməsi;
- xarici ticarət əlaqələrinin proqnozlaşdırılmasının iqtisadi-riyazi metodları sisteminin işlənilib hazırlanması.

Xarici ticarət fəaliyyətinin tədqiqinin konkret metodlarını yuxarıdakı ardıcılıqla müəyyən edək.

Məlum olduğu kimi, istənilən iqtisadi tədqiqatın bazası effektivliklə bağlı məsələlərdən ibarətdir. Həmçinin effektivliklə bağlı problemlər xarici iqtisadi fəaliyyətin tədqiqinin bütün mərhələlərinə təzahür edirlər.

Xarici iqtisadi fəaliyyətin iqtisadi effektiv göstəricilərinin praktiki olaraq bütün sistemini iki qrupa bölmək olar: mütləq kəmiyyətlər kimi müəyyən olunan, müvafiq pul vahidlərində nəticə və xərclər arasındakı fərq kimi ifadə olunan effekt göstəriciləri; nəticələrin xərclərə nisbəti əsasında müəyyən olunan və nisbi göstəricilərdə ifadə olunan göstəricilər.

Xarici iqtisadi fəaliyyətin iqtisadi effektivliyinin hesablanması metodikası bizim tərəfimizdən dissertasiya işində sistemli qruplaşdırılmışdır. Məsələn, ixracın iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsinin metodika və əsas üsulları təqdim edilmişdir. Eyni zamanda o özünə iqtisadi effektin və ixracın iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsi bloklarını da daxil edir.

Eyni zamanda də idxalın iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsinin metodika və üsulları təqdim edilmişdir. Bu cədvəl də iki bloktan ibarətdir: iqtisadi effektin və iqtisadi effektivliyin müəyyən edilməsi.

İxrac-idxal əməliyyatlarının iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsi metodikası maraqlı kəsb edir, çünki o, həm idxal, həm də ixrac üzrə məcmu effektivliyin qiymətləndirilməsinə imkan yaradır.

İdxal, ixrac və idxal-ixrac əməliyyatlarının iqtisadi effektivlik göstəricilərinin ümumi qiymətləndirilməsi ilə yanaşı, ayrı-ayrı əmtəə qrupları üzrə iqtisadi effektivlik göstəricilərini müəyyən etmək də təklif olunur, bu haqda işin növbəti bölmələrində ətraflı söhbət açılacaqdır.

Xarici iqtisadi fəaliyyətin iqtisadi effektivliyinin yüksək göstəricilərinə malik olmaq üçün xərc və məsrəf məsələlərinə xüsusi diqqət ayırmaq lazımdır.

5. Türkiyə və Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin inkişafının baza ilkin şərtləri

Yaxın perspektivdə türkiyədə sosial-iqtisadi inkişaf 2007-2013-cü illər üzrə 9-cu inkişaf planında təqdim edilmişdir, orada qeyd edilir ki, o, informasiya cəmiyyətinə malik olan, stabil inkişaf edən və dünya bazarında rəqabət qabiliyyətli olan ölkədir.

Türkiyə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq üçün altı illik stabilləşmə, sürətli iqtisadi artım və əhalinin maddi rifahının yüksəlməsi təcrübəsinə istinad edə bilər.

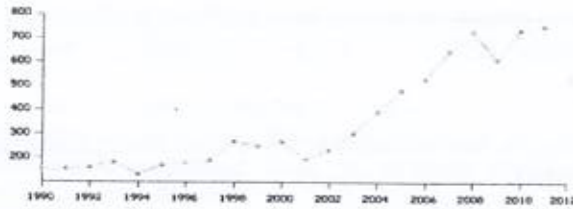
Türkiyənin iqtisadi inkişafı, onun ölçüsünü, regional nüfuzunun rolunu, strateji mövqeyini və Şərqlə Qərbin qovuşmasında yerləşdiyini nəzərə alsaq, qlobal əhəmiyyət kəsb edir. Türkiyə İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) üzvü və Avropa Birliyinə daxil olma perspektivlərinə malik olan bir ölkədir. Türkiyə öz iqtisadi potensialına görə dünyanın 20 ən inkişaf edən ölkəsi sırasına daxildir.

Müvafiq olaraq, bizim hesablamalarımıza görə, Türkiyənin Dünya və Avropa ÜDM-dəki xüsusi çəkisi ilə bağlı müxtəlif məlumatlar əldə edilmişdir. Xüsusi halda, BVF-nun verdiyi məlumatlara görə, bu göstəricilər müvafiq olaraq, 1,3% və 6,0%; DB-nin məlumatlarına görə isə 1,5% və 6,7% təşkil etmişdir. MKİ-nin məlumatlarında isə yalnız Avropa Birliyi ölkələri üzrə məlumat verilir – 5,9%.

Bütün bunlar ondan xəbər verir ki, Türkiyənin iqtisadiyyatı təkcə Avropa yox, dünya miqyasında da layiqli yerlərdən birini tutur.

Türkiyənin ÜDM-nun uzunmüddətli dövrdə (1990-2012-ci illər) illik yüksək templərlə yüksəlməsi faktı da deyilənləri bir daha təsdiqləyir. (bax, şəkil 1). Xüsusi halda, 2012-ci ildə 1990-cı illə müqayisədə verilmiş göstərici təxminən 8 dəfə, 2000-ci illə müqayisədə isə 4 dəfə yüksəlmişdir.

Eyni zamanda Türkiyənin ÜDM-nun artım templərini Avropa zonasının müqayisəli göstəriciləri üzrə təhlil etsək, həm müsbət, həm də mənfi istiqamətli sıçrayış şəkilli tendensiya müşahidə etmək olar. Tədqiq edilən dövr ərzində onlar 10%-ə qədər çatmış, bəzən isə 6%-ə qədər azalmışdır. Türkiyənin ÜDM-nun mənfi istiqamətə doğru inkişafı dövrlərini xüsusi ilə fərqləndirmək lazımdır: 1994-cü, 1999-cu, 2001-ci, 2009-cu və 2012-ci illər.



<http://www.worldbank.org.tr/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/TURK>

Şəkil 1. Türkiyə ÜDM-nun dinamikası (mlrd. ABŞ doll.)

ÜDM-un adam başına düşən göstəricilərindən danışarkən qeyd etmək lazımdır ki, Türkiyə əhalisinin artım tempi 20 ildən artıqdır ki, stabildir və Avropa göstəriciləri ilə müqayisə oluna bilər.

Hazırkı dövrdə Türkiyə əhalisi 75,6 mln., iqtisadi cəhətdən fəal insanlar 25 mln. nəfər, işsizliyin səviyyəsi isə təxminən 14%-dir.

Türkiyədə tədqiq olunan dövr ərzində uğurlu olaraq müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyaları tətbiq edilir və əhalinin İnternet şəbəkəsi ilə təmin olunma göstəricisi də bundan xəbər verir. 2000-ci ildən başlayaraq Türkiyədə əhalinin İnternet şəbəkəsi ilə təmin olunmasında kəskin artım müşahidə olunur, bu göstərici hər 100 nəfər üzrə 35 vahidə çatmışdır.

Yaxşı məlumdur ki, istənilən ölkənin xarici iqtisadi fəaliyyətinin inkişafının başlıca ilkin şərtləri kimi iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı və sənaye kimi sahələri çıxış edir. 1990-2012-ci illər ərzində Türkiyənin ÜDM-də kənd təsərrüfatı məhsullarının artım tempininin müqayisəli göstəricilərinin əhəmiyyətli dərəcədə azalması müşahidə olunur, xüsusi halda 18%-dən 10%-ə qədər. Ümumən isə bu tendensiya dünyanın orta səviyyəli göstəriciləri ilə uyğun gəlir.

Ancaq kənd təsərrüfatı məhsullarının türkiyədə istehsal olunan ümumi məhsulların həcmində xüsusi çəkisi kifayət qədər yüksəkdir, bu göstərici tədqiq oluna dövr ərzində 50-55% arasında tərəddüd etmişdir. Hazırkı dövrdə Türkiyənin kənd təsərrüfatı iqtisadiyyat və sos sahədə mühüm yer tutur. Əkilən torpaqların ümumi sahəsi 26,8 mln. hektardır. Əsa etibarilə taxıl bitkiləri (əkin sahələrinin 82%-i), baxlalılar, tərəvəzlər və texniki bitkilər əkilir, meyvəçilik də inkişaf etmişdir. Türk zeytunları, sitrus meyvələri və tütünü dünya üzrə məşhurdur. Heyvandarlıq əsasən (təxminən 55 mln. baş, təxminən yarısı qoyundur) ölkənin mərkəzi və şərqində inkişaf etmişdir.

Türkiyə ÜDM-unda sənaye məhsulunun artımının müqayisəli göstəriciləri üzrə də nisbi azalma müşahidə olunur. Məsəl üçün, bu göstərici tədqiqat dövründə 32%-dən 26%-ə qədər enmişdir. Eyni zamanda emaledici

sənayedə bütün sənaye məhsulunun 83%-i yaradılır və sənaye sektorunun bütün iş yerlərinin 90%-i burada cəmlənmişdir. Bu sahə Türkiyənin başlıca valyuta daxilolmalarının (84%) mənbəyini təşkil edir. Sahələrin əlavə dəyərin formalaşmasındakı xüsusi çəkili aşağıdakı kimidir: kimya sənayesi – 29%, metal emalı və maşınqayırma – 20,7%, toxuculuq (o cümlədən, dəri istehsalı) – 17,1%, yeyinti – 15%, keramika – 7,1%, metallurjiya – 6,2%, kağız-sellüloza – 3,4%, ağac emalı – 1,2%.

Türkiyədə ÜDM-un ümumi həcmində kənd təsərrüfatı və sənaye məhsullarının xüsusi çəkisinin nisbi aşağı düşməsi, hər şeydən əvvəl, verilmiş ölkədə xidmət sahəsinin güclü inkişafı ilə bağlıdır. Son iyirmi il ərzində bu göstərici 50%-dən 65%-ə qədər yüksəlmişdir.

Xidmət sahəsinin baza əsası kimi xarici valyutanın mühüm mənbəyi kimi çıxış edən turizmin inkişafı çıxış edir.

Hazırkı dövrdə turizm servisinin səviyyəsi yaxşılaşır, ölkəni ziyarət edən xarici turistlərin sayı isə getdikcə artır.

Kənd təsərrüfatı, sənaye və xidmət sahəsinin artım tempi göstəricilərinin dəyişməsi təbii şəkildə əmtəə və xidmətlərin ixrac və idxal göstəricilərini də təsir göstərmişdir. 1990-2012-cü illər ərzində Türkiyədə ÜDM-də əmtəə və xidmətlərin ixracının artım tempininin müqayisəli göstəriciləri 14%-dən 24%-ə qədər yüksəlmiş, 2003-2012-cü illər ərzində isə demək olar ki, eyni səviyyədə qalmışdır.

Türkiyə ixracının əsasını kənd təsərrüfatı məhsulları təşkil edir, buna baxmayaraq, onların ixracın ümumi həcmində daimi olaraq azalır.

Əmtəə və xidmətlərin idxalı üzrə də demək olar ki, analoji vəziyyətdir, burada artım tempi 18%-dən 24%-ə qədər yüksəlmişdir.

Azərbaycan Respublikası, Türkiyə Respublikası kimi, dünyanın bir çox ölkələri ilə xarici ticarət əlaqələrini uğurla inkişaf etdirmək üçün kifayət qədər iqtisadi ilkin şərtlərə malikdir. Respublikanın son on il ərzindəki (2000-2013-cü illər) əsas sosial-iqtisadi göstəriciləri də bundan xəbər verir.

Tədqiq olunan dövr ərzində ölkə iqtisadiyyatı bütün istiqamətlər üzrə kifayət qədər yüksək templərlə inkişaf edir. Ümumi Daxili Məhsulun (ÜDM) illik artımı 5%-lə 34,5% arasında tərəddüd edir (o cümlədən dünya maliyyə böhranı dövrünü də daxil etməklə); müvafiq olaraq, sənaye məhsulunun həcmi – 2,6% 36,6%-ə; kənd təsərrüfatı məhsulu – 0,9%-dən 12,2%-ə; kapital qoyuluşları – 2,6%-dən 31,8%; nəqliyyat sektorunun yük dövriyyəsi – 3,2%-dən 18,4%-ə; pərakəndə əmtəə dövriyyəsi – 8,9%-dən 19,3%-ə; pullu xidmətlər – 5,8%-dən 42,1%-ə; əhalinin gəlirləri – 9,8%-dən 42,7%-ə; əhalinin xərcləri – 7,9%-dən 41,3%-ə; istehlakçı qiymətləri – 1,8%-dən 16,7%-ə qədər.

Əgər 2000-2013-cü illər üzrə ÜDM-un müqayisəli kəmiyyət göstəricilərini təhlil etsək, onlar 4718,1 mln.manatdan 57708,2mln. manata

qədər və ya 12,3 dəfə (ABŞ dolları ilə ifadədə 13,9 dəfə), 2005-2010-cu illər üzrə isə verilmiş göstəricilər 10,5 dəfə və 11,9 dəfə artmışdır.

Tədqiq olunan dövr ərzində adam başına düşən ÜDM əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır: müvafiq olaraq 10,5 dəfə (ABŞ dollarında 11,9 dəfə) və 3,1 dəfə (ABŞ dollarında 3,7 dəfə).

Əvvəlki tədqiqatlarda olduğu kimi, Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin inkişafı üçün iqtisadi əsas kimi kənd təsərrüfatı, sənaye və xidmət sahəsi (xarici ticarət) götürülmüşdür.

Türkiyə sənayesindən fərqli olaraq, Azərbaycanda emaledici sənaye ilə müqayisədə hasilat sənayenin genişlənməsi tendensiyası müşahidə olunur. Yalnız 2005-2010-cu illər ərzində hasilat sənayesinin payı 67,4%-dən 74,0%-ə qədər artmış, müvafiq olaraq, emaledici sənayenin payı 25,9%-dən 20,1%-ə qədər azalmışdır.

6. Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət fəaliyyətinin sistemli təhlili

Son illər Türk hakimiyyəti xarici ticarət siyasətinə xüsusi diqqət ayırır. İxracın həvəsləndirilməsi siyasəti nəticəsində sənayeçilər xarici bazarlara daha çox oriyentasiya etməyə başlamışlar. Müasir texnologiyalardan istifadə edən yeni investisiyalar sayəsində xarici bazarlarda məhsulların maya dəyəri azalmış, türk iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətliyi yüksəlmişdir.

İstehsal və ixracın yüksək keyfiyyəti ilə yanaşı idarəetmənin də müasir prinsipləri tətbiq olunmağa başlamışdır. Türkiyədə xarici bazarlar diqqətlə izlənilir, beynəlxalq maliyyə strukturları ilə münasibətlər fəallaşdırılmışdır və bütün bunların nəticəsi kimi ölkəyə yeni marketinq metodları və yeni texnologiyalar daxil olmağa başlamışdır.

1996-cı ildə Türkiyə ilə Avropa Birliyi ölkələri arasında Gömrük İttifaqı haqqında Razılaşmanın qüvvəyə minməsindən sonra AB ölkələrindən gələn bütün sənaye malları üzrə kvotalar ləğv edilmişdir, digər ölkələrlə ticarətdə isə müştərək gömrük tariflərindən istifadə olunmağa başlanmışdır.

Xarici investisiyaların cəlb olunması və xarici investorların fəaliyyətlərinin ümumdünya həvəsləndirilməsi Türkiyənin praktiki olaraq bütün sahələri və regionlarında türk rəhbərliyinin iqtisadi siyasətinin ən mühüm prinsipi kimi çıxış edir.

Hazırkı dövrdə, qüvvədə olan qanunvericiliyə görə, milli kapitalla verilən bütün haqlar tam həcmdə xarici investorlara da verilmişdir. Eyni zamanda xarici investorların işgüzar iştirakı heç bir formada məhdudlaşdırılmır.

Türk hakimiyyəti xarici investorlara münasibətdə stimullaşdırıcı və həvəsləndirici tədbirlər kompleksi tətbiq edir, bu isə ölkə üzrə investisiyaların elə yerləşdirilməsini nəzərdə tutur ki, bu, iqtisadi inkişafın

ümumi strategiyasına uyğun gəlsin. Eyni zamanda ilk növbədə ixrac yönli sənaye sahələrə və elm tutumlu istehsala investisiyalar həvəsləndirilir.

Yuxarıda sadalanan tədbirlər Türkiyənin xarici ticarətinin inkişafına yol açmışdır.

Uzunmüddətli dövr (1990-2012-ci illər) ərzində ixrac-idxal əməliyyatlarının dinamikası göstərir ki, Türkiyənin xarici ticarəti kifayət qədər yüksək templərlə inkişaf edir (bax, cədvəl 1). Tədqiq edilən dövr ərzində idxal 22,3 mlrd. ABŞ dollarından 236,5 mlrd. ABŞ dollarına qədər və ya 10,6 dəfə, ixrac isə müvafiq olaraq – 12,9 mlrd. ABŞ dollarından 152,5 mlrd. ABŞ dollarına qədər və ya 11,8 dəfə artmışdır. Eyni zamanda idxalın artım templərinin təəddüdü 30,2%-dən 53,5%-ə qədər, ixracda isə 22,6%-dən 25,4%-ə qədər təşkil etmişdir.

2000-2012-ci illər ərzində Türkiyə idxalının artımı 4,3 dəfə, ixrac artımı isə 5,5 dəfə təşkil etmişdir.

Cədvəl № 1

Türkiyənin idxal və ixrac dinamikası

İllər	İdxal		İxrac	
	min doll.	%	min doll.	%
1990	22302126	41,2	12959288	11,5
1995	35709011	53,5	21637041	19,5
2000	54502821	34,0	27774906	4,5
2005	116774151	19,7	73476408	16,3
2006	139576174	19,5	85534676	16,4
2007	170062715	21,8	107271750	25,4
2008	201963574	18,8	132027196	23,1
2009	140928022	-30,2	102143101	-22,6
2010	185542000	31,7	113981000	11,6
2012	236545141	-1,8	152461737	13,0
2012 % 1990	10,6 d	--	11,8 d	--
2012 % 2000	4,3 d	--	5,5 d	--

www.turkstat.gov.tr/IcerikGetir.do.DisTicaret.s.432

Daha qısa dövr (2008-2012-cu illər) üçün ixrac-idxal əməliyyatlarını təhlil edərkən qeyd etmək lazımdır ki, dünya maliyyə böhranı türkiyənin xarici ticarətinin inkişafına kəskin təsir göstərmişdir.

Xüsusi halda, xarici ticarət dövriyyəsinin 334,0 mlrd. ABŞ dollarından 386,0 mlrd. ABŞ dollarına qədər azalması müşahidə olunur. Müvafiq olaraq, ixrac üzrə dövriyyə 132,0 mlrd. ABŞ dollarından 152,5 mlrd. ABŞ dollarına, idxal üzrə dövriyyə 202,0 mlrd. ABŞ dollarından 236,5 mlrd. ABŞ dollarına qədər artmışdır. Eyni zamanda böhran və böhrandan sonrakı

dövr (2008-2012-ci illər) ərzində xarici ticarət saldosu mənfi olmuşdur (müvafiq olaraq, -69,9; -38,8; -71,6; -84,1 mlrd. ABŞ dolları).

Hazırkı dövrdə türk-azərbaycan münasibətləri bütün istiqamətlər üzrə kifayət qədər uğurlu şəkildə inkişaf edir. Bu haqda 2011-ci il oktyabr ayında İzmir şəhərində Türkiyə və Azərbaycan arasında Strateji Əməkdaşlığın Ali Sovetinin İlk İclasının keçirilməsi faktı da xəbər verir.

Azərbaycanın dövlət başçısı, respublikasının prezidenti İ.Əliyev qeyd etmişdir: "Strateji Əməkdaşlığın Ali Sovetində nail olunmuş razılaşma və imzalanmış sənədlər gələcəyin tövsiyəsidir. Bu andan etibarən bizim əməkdaşlığımız bütün sahələrdə daha da güclənmişdir".

Deyilənlər tam və bütünlüklə qardaş ölkələr arasında xarici ticarət əlaqələrinin uğurla inkişaf etdirilməsi kimi əməkdaşlıq sferalarına da aiddir.

Son illər ərzində Azərbaycanın xarici ticarət fəaliyyəti kifayət qədər uğurla inkişaf edir (bax, cədvəl 2). Yalnız 2000-2013-cü illər ərzində respublikanın xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 2,9 mlrd. ABŞ dollarından 34,7 mlrd. ABŞ dollarına qədər və ya 11,9 dəfə, müvafiq olaraq idxal – 1,2 mlrd. ABŞ dollarından 10,7 mlrd. ABŞ dollarına qədər və ya 9,1 dəfə, ixrac – 1,7 mlrd. ABŞ dollarından 24,0 mlrd. ABŞ dollarına qədər və ya 13,7 dəfə artmışdır.

Cədvəl № 2

Azərbaycanın xarici ticarət dinamikası

	Milyon ABŞ dolları ilə				Əvvəlki ilə nisbətən, %		
	Ticarət dövriyyəsi	İdxal	İxrac	Saldo	Ticarət dövriyyəsi	İdxal	İxrac
2000	2917,3	1172,1	1745,2	573,1	148,4	113,1	183,7
2005	8558,4	4211,2	4347,2	136,0	120,0	119,8	120,2
2006	11638,9	5266,7	6372,2	1105,5	136,0	125,1	146,6
2007	11771,7	5713,5	6058,2	344,7	101,1	108,5	95,1
2008	54926,0	7170,0	47756,0	40586,0	466,6	125,5	788,3
2009	20824,5	6123,1	14701,4	8578,3	37,9	85,4	30,8
2010	27960,8	6600,6	21360,2	14759,6	143,3	107,8	145,3
2013	34687,9	10712,5	23975,4	13262,9	107,2	109,1	100,3

2010, % 2000	958,4	563,1	1223,9	2575,4	--	--	--
2010, % 2005	326,7	156,7	491,3	10850	--	--	--
2013, % 2000	11,9 d	9,1 d	13,7 d	23,1 d	--	--	--

Azərbaycanın xarici ticareti, ARDSK, Səda.2014

Daha qısa müddət ərzində (2005-2013) respublikanın xarici ticarət dövriyyəsi 8,5 mlrd. ABŞ dollarından 34,7 mlrd. ABŞ dollarına qədər; idxal – 4,2 mlrd. ABŞ dollarından 10,7 mlrd. ABŞ dollarına qədər; ixrac – 4,3 mlrd. ABŞ dollarından 24,0 mlrd. ABŞ dollarına qədər artmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, tədqiq olunan dövr ərzində Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsinin saldosu 2013-cü ildə də müsbət olaraq qalmış və 13,3 mlrd.

2006-2013-cü illər ərzində Ticarət Standartlarının beynəlxalq təsnifatına uyğun olaraq respublikanın ixrac və idxalında müəyyən dəyişikliklər baş vermişdir. Xüsusi halda, tədqiq olunan dövr ərzində idxal üzrə ərzaq malları və canlı qaramal (7,6%-dən 9,9%-ə), içki və tütün (2,1%-dən 3,7%-ə), kimyəvi mallar (5,8%-dən 8,7%-ə), sənaye malları (17,2%-dən 18,1%-ə) kimi əmtəə qrupları üzrə artım, yanacaq və yağ (11,6%-dən 1,3%-ə), maşın və nəqliyyat avadanlıqları (46,2%-dən 39,0%-ə) üzrə isə azalma müşahidə olunur.

Müvafiq olaraq, ixrac üzrə ərzaq malları və canlı qaramalın (3,6%-dən 2,7%-ə), yanacaq və yağın (24,3%-dən 92,7%-ə), sənaye mallarının (2,8%-dən 1,1%-ə) payının dəyişməsi müşahidə olunur.

Beləliklə, Ticarət Standartlarının beynəlxalq təsnifatına uyğun olaraq ixrac-idxal əməliyyatlarının təhlili göstərdi ki, respublika son illər ərzində əsas istehlak malları üzrə idxaldan getdikcə daha çox asılı vəziyyətə düşür, bu əmtəə mövqeləri üzrə ixrac isə nisbətən zəif inkişaf edir.

Bütün bunlar müəyyən dərəcədə Azərbaycan və türkiyənin xarici ticarət əlaqələrinə də öz təsirini göstərmişdir və bu haqda məlumatlar cədvəl 3-də təqdim edilmişdir.

Cədvəl № 3

Azərbaycan və Türkiyə ölkələri üzrə xarici ticarət dövriyyəsi (mln ABŞ dolları)

Ölkələr	2006	2007	2008	2009	2010	2013
Azərbaycan:						
Cəmi	11638,9	11771,7	54926,0	20824,5	27960,8	34687,9
Cəmi – MDB	2693,4	2598,3	3417,8	2964,6	4034,9	4062,9

Cəmi – digər ölkələr	8945,5	9173,4	51508,2	17859,9	23925,8	30625,0
Türkiyə	773,2	1680,9	1433,3	1014,6	942,3	1989,8
Xüsusi çəkisi, cəmi, %	6,6	14,3	2,6	4,9	3,4	5,7
Xüsusi çəkisi, digər ölkələr, %	8,6	18,3	2,8	5,7	3,9	6,4

Azərbaycanın xarici ticareti, ARDSK, Səda.2014

Belə ki, misal üçün, son illər ərzində (2006-2013-cü illər) Azərbaycanın Türkiyə ilə xarici ticarətinin əmtəə dövriyyəsi 773,2 mln. ABŞ dollarından 1989,8 mln ABŞ dollarına qədər və ya 2,6 dəfə artmışdır. Bundan başqa, Türkiyə ilə əmtəə dövriyyəsinin Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsinin ümumi həcmində xüsusi çəkisi 6,6%-dən 5,7%-ə qədər azalmışdır. Həmçinin bu ölkələr arasında xarici ticarət dövriyyəsinin orta illik artım templərinin azalması tendensiyası da müşahidə olunur.

Azərbaycanla Türkiyə arasında ixrac üzrə daha aşağı göstəricilər müşahidə olunur. Tədqiq olunan dövr ərzində ölkənin Türkiyə ilə ixracı 368,1 mln. ABŞ dollarından 526,0 mln. ABŞ dollarına qədər artmış, müvafiq olaraq, xüsusi çəkisi 6,1%-dən 2,2%-ə qədər, başqa ölkələrlə isə 6,8%-dən 2,3%-ə qədər azalmışdır.

İdxal üzrə bir qədər başqa mənzərə müşahidə olunur. Xüsusi halda, tədqiq olunan dövr ərzində respublikanın Türkiyə ilə idxalı 385 mln. ABŞ dollarından 1463,8 mln. ABŞ dollarına artmış, müvafiq olaraq xüsusi çəkisi 7,3%-dən 13,7%-ə, başqa ölkələrlə 11,9%-dən 17,9%-ə qədər artmışdır.

Bütün bunlar ona gətirib çıxarmışdır ki, 2013-cü ilin məlumatlarına görə, Türkiyə Azərbaycanın xarici ticarət fəaliyyətində hazırda 5-ci yeri tutur.

Azərbaycan və Türkiyənin xarici ticarət əlaqələrinin zəif inkişafı müəyyən dərəcədə bu ölkələrin investisiya fəaliyyəti ilə kifayət qədər məşğul olmamaları ilə bağlıdır.

2000-2013-cü illər ərzində Türkiyənin xarici investisiyaları 31,6 mln. ABŞ dollarından 401,3 mln. ABŞ dollarına qədər artmasına baxmayaraq, respublikanın ümumi xarici investisiyalarının xüsusi çəkisi isə cəmi 3,4%-dən 3,8%-ə qədər artmışdır.

7. Türkiyə və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin rəqabətliliyinin artırılması yolları

Hazırkı dövrdə alimlər tərəfindən həm regional, həm də xarici iqtisadi əlaqələrin müxtəlif formaları işlənib hazırlanmışdır. Belə əlaqələrin təsnifatının ən müasir variantı özünə iqtisadiyyatın innovasiya və rəqabət tipinin yeni amillərinin aparıcı rola malik olduğu firmaları daxil edir.

Rəqabət və innovasiya şəraitində bu firmalara aşağıdakılar aid edilir:

- qarşılıqlı əmtəə mübadiləsi;
- ixtisaslaşma və kooperasiyalaşma əsasında istehsal əlaqələri;
- maliyyə və kredit sahəsində qarşılıqlı fəaliyyət;
- elmi-texniki fəaliyyət və innovasiya sahəsində əməkdaşlıq;
- investisiya fəaliyyəti sahəsində qarşılıqlı fəaliyyət;
- təbii resursların birgə mənimsənilməsi və istifadə edilməsinin iqtisadi formaları;
- əmək resurslarının ərazi üzrə yenidən bölüşdürülməsi və onlardan istifadə edilməsinin formaları;
- informasiya sistemlərinin birgə formalaşdırılması və istifadə edilməsinin təşkili və iqtisadi formaları;
- regionlararası əlaqə infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi sahəsində əməkdaşlıq.

Bu təsnifatı ümumən daha tam təsnifat kimi qəbul etsək də qeyd etmək lazımdır ki, o, donmuş konstruksiya deyildir. Bizim tədqiqatlarda deyilənlərə əlavə olaraq, xarici ticarət əlaqələrinin tədqiqinə yeni əmtəə və məhsulların xarici bazara nüfuz etməsinin diffuzisiya nəzəriyyəsinin klassik modelini də daxil etmək təklif olunur.

Satıcının xarici bazarda uğurlu üçün müxtəlif müştəri tiplərinin yeni məhsula nə dərəcədə tez reaksiya verməsindən asılıdır. Dissertasiyada yeni məhsulların bazara nüfuz etməsinin qanunauyğunluqlarını əhatə edən diffuzisiya nəzəriyyəsinin klassik modeli təqdim edilmişdir. Mərkəzdə alıcıların müxtəlif təbəqələrinin innovasiyalara hazırlığı dərəcəsini əks etdirən nümunəvi adaptasiya əyrisi yerləşir.

Diffuzisiya nəzəriyyəsinə istifadə edilməsi yeni məhsulun xarici bazarda satış şəbəkəsinin optimallaşdırılması texnologiyasını işləyib hazırlamağa imkan yaradır.

Yeni əmtəənin satış şəbəkəsinin optimallaşdırılması üzrə verilmiş texnologiya özünə üç başlıca bloku daxil edir: bazarın təhlili – potensialın müəyyən edilməsi; məqsədli seqmentlərin müəyyən edilməsi (satış proqnozu və planının işlənib hazırlanması); TOP-un – hər bir seqment üçün çeşidin müəyyən edilməsi.

Yeni əmtəənin və ya məhsulun xarici bazarda satış şəbəkəsinin optimallaşdırılması (formallaşdırılması) texnologiyasının praktiki olaraq reallaşdırılması üçün Beynəlxalq Ticarət Standartlarına uyğun olaraq, Türkiyədə ixrac-idxal əməliyyatlarının diffuzisiya prosesini nəzərdən keçirək.

Türkiyədə ixrac-idxal əməliyyatları bazasında yeni əmtəənin bazara nüfuz etməsinin diffuzisiya prosesinin qrafiki məlumatlarına əsasən işlənib hazırlanmışdır, bu isə ondan xəbər verir ki, Türkiyədə əmtəələrin ixrac və

idخال diffuzisiya sahəsi ümumən üst-üstə düşür. Xüsusi halda, ixrac əmtəələrin maksimal nüfuz etməsi ixracın ümumi dövriyyəsinin 27,9%-ni, idخال əmtəələri üzrə isə 29,1% təşkil edir. Bundan başqa, türkiyədə ixrac-idخال əməliyyatlarının diffuzisiya prosesinin vizual görünüşü simmetriklik göstərir ki, bu da xarici ticarət əlaqələrində kifayət qədər müsbət haldır.

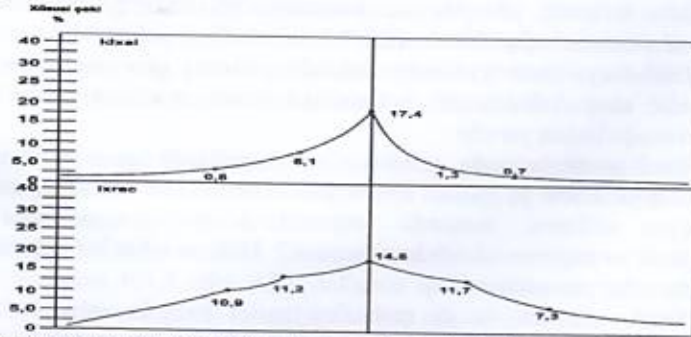
Daha sonra bizim tərəfimizdən Azərbaycanda Beynəlxalq Ticarət Standartlarına uyğun olaraq, yeni əmtəənin xarici bazara nüfuz etməsi zamanı ixrac-idخال əməliyyatlarının diffuzisiya prosesinin qrafiki işlənilib hazırlanmışdır.

Dissertasiyada qeyd olunur ki; respublika idxalının diffuzisiya prosesi simmetrik şəkllə malikdir və burada ən yüksək nöqtə 40,6%-dir. Eyni zamanda, ixrac üzrə ən yüksək nöqtə 345 olsa da diffuzisiya prosesi assimetrik şəkllə malikdir.

Buradan belə bir nəticə çıxır ki, Azərbaycanda ixrac tutumlu əmtəələrin xarici bazara nüfuz etməsi sahəsində müəyyən problemlər mövcuddur.

Bundan başqa, bizim tərəfimizdən Azərbaycan və Türkiyə arasında Beynəlxalq Standartlara uyğun olaraq yeni əmtəənin nüfuz etməsi sferasında ixrac-idخال əməliyyatlarının diffuzisiya prosesinin qrafiki də işlənilib hazırlanmışdır (bax, şəkil 2).

Bu qrafikin vizual görünüşü yeni əmtəənin Azərbaycandan Türkiyəyə və əksinə daxil olmasının simmetrikliyini nümayiş etdirsə də, bir qədər çöklük şəkllə malikdir və bu da iki respublikanın xarici ticarət əlaqələrinin zəifliyindən xəbər verir.

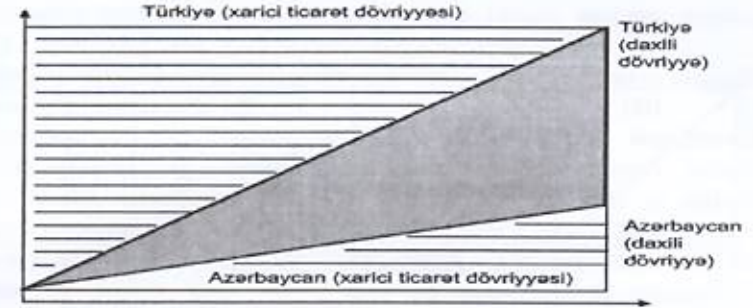


Şəkil 2. Beynəlxalq Standartlara uyğun olaraq yeni əmtəənin Azərbaycan və Türkiyənin xarici bazarlarına nüfuz etməsinin diffuzisiya prosesi

Xarici bazarda marketing strategiyalarının formalaşdırılması modelinin son mərhələsi beynəlxalq bazarda konsaltinq təsiri göstərilən obyektin yeni şəkllə salınması alqoritminin işlənilib hazırlanmasıdır.

Beləliklə, iki ölkənin daxili və xarici əmtəə dövriyyələrinin müqayisəsi göstərdi ki, Türkiyənin daxili əmtəə dövriyyəsinin xarici dövriyyə ilə müqayisədə aşağı xətti əmtəələrin beynəlxalq bazarda daha çox rəqabət

qabiliyyətli olmasından xəbər verir. Eyni zamanda Azərbaycanın daxili əmtəə dövriyyəsinin xarici dövriyyə ilə müqayisədə yüksək xətti əmtəələrin nisbətən zəif rəqabət qabiliyyətli olmasını ifadə edir.



Şəkil 4.9. Azərbaycan və Türkiyənin rəqabət bazarının effektivliyinin qrafiki modeli

Qeyd etmək lazımdır ki, xarici ticarət əlaqələrində beynəlxalq nəqliyyat xidmətlərinə xüsusi yer verilir. Beynəlxalq nəqliyyat xidmətləri spesifik əmtəə olmaqla yanaşı, beynəlxalq nəqliyyat bazarlarında satılır və alınır, bu bazarlar isə nəqliyyatın növündən, daşımanın qrafiki rayonlarından və daşıyan yüklərin növündən asılı olaraq fərqləndirilir.

8. İki respublikanın xarici ticarət əlaqələrində riskin azaldılması və proqnozlaşdırılması

Xarici ticarət əlaqələri sistemində əsas halqalar, həm daxili, həm də xarici amillərlə şərtlənən risklərə daha böyük dərəcədə məruz qalan xarici və müştərək firmalardır. Riskli situasiyalar xüsusilə, yuxarıdakı paraqrafda qeyd edildiyi kimi, yeni əmtəələrin xarici bazarlara çıxışı zamanı qərar qəbulu prosesində qarşıya çıxırlar.

Əmtəə təklifinin yeniləşdirilməsi firmalara xarici bazarda möhkəmlənməyə, rəqabət qabiliyyətliliyi saxlamağa, satış həcmi genişləndirməyə imkan verir. Ancaq, yeni əmtəənin xarici bazara çıxarılması əhəmiyyətli dərəcədə çətinlik və risklərlə bağlıdır. Amerikan ekspertlərinin fikrincə, təklif edilən yeniliklərin 32% kommersiya uğursuzluğu bazar tələbinin qeyri-düzgün qiymətləndirilməsi, 13% qeyri-düzgün satış siyasətinin seçilməsindən, 14% yüksək qiymətlər, 10% satışın düzgün vaxtda başlanmaması, 8% rəqiblərin əks təsirləri və yalnız 23% texniki səbəblər üzündən baş verir.

Dissertasiyada qeyd olunur ki; xarici iqtisadi fəaliyyətdə bu yanaşmanın, risk dərəcəsinin azaldılması üzrə həllər cədvəli şəkllində təqdim olunan daha geniş forması mövcuddur (bax, cədvəl 4). Verilmiş halda dərəcələrə bölünmə A_1 rəqabət qiymətləri ilə risk zonalarının nəzər alınması ilə həyata keçirilir (harada ki, A_1 – xarici iqtisadi risk zonasıdır). Cədvəldən

göründüyü kimi, baş verməsi ehtimalından asılı olmayaraq, cüzi itkilər zamanı qərar qəbul etmək tövsiyə olunur.

Cədvəl 4

Xarici iqtisadi risklərin azaldılması haqqında qərarlar cədvəli

İtki ehtimalı İtki Səviyyəsi	Sıfıra yaxın	Aşağı	Kiçik	Orta	Böyük	Birə yaxın
Cüzi (0-dən A_1 -ə)	Riskin qəbul edilməsi			Riskin qəbul edilməsi və resursların yaradılması		
Kiçik (A_1 -dən A_2 -yə)	Resursların, ehtiyatların yaradılması					
Yol verilə bilən (A_2 -dən A_3 -ə)	Ehtiyatların yaradılması	Xarici sığortalama			Riskdən qaçma	
Orta (A_3 -dən A_4 -ə)	Xarici sığortalama və ya riskin bölüşdürülməsi			Riskdən qaçma		
Böyük (A_4 -dən A_5 -ə)	Xarici sığortalama		Riskdən qaçma			
Fəlakətli (yuxarı A_5)	Xarici sığortalama		Riskdən qaçma			

Bizim fikrimizcə, xarici ticarət fəaliyyətində bir çox problemlərin həllində ixracatın saziş xərclərinin azaldılması məsələlərinə xüsusi diqqət ayırmaq lazımdır.

Yaxşı məlumdur ki, ümumən ixrac-idxal əmtəələrinin məcmusu ayrı-ayrı ölkələr arasındakı xarici ticarət dövriyyəsinə təşkil edir. Buna görə də təkcə ayrı-ayrı əmtəə qruplarını yox, həm də ümumən xarici ticarət dövriyyəsinin proqnozlaşdırılması mühüm vəzifə kimi çıxış edir. Bizim tərəfimizdən Azərbaycan və Türkiyənin xarici ticarət əlaqələrinin məcmu ixrac və idxal matrisinin bazasında proqnozlaşdırılması cəhdi edilmişdir.

Əldə edilmiş nəticələr ondan xəbər verir ki, Azərbaycandan Türkiyəyə ixrac orta illik çox aşağı olmuş və 469,8 mln. ABŞ dolları təşkil etmişdir. Ancaq optimallaşdırıcı modellər bazasında ixrac üzrə iqtisadi effektin əldə edilmiş maksimumlaşdırma göstəricisini nəzərə alsaq, ixracın orta illik artımı 1,5 dəfə artıq ola bilər. Nəticə etibarilə 2011-2016-cı illər ərzində respublikanın məcmu ixracının orta illik proqnoz qiyməti $(496,8 \cdot 1,5) = 704,7$ mln. ABŞ dolları təşkil edəcəkdir.

Respublika idxalının orta illik göstəricisinə gəldikdə isə burada 2006-2010-cu illər üzrə əldə etdiyimiz göstərici 699,0 mln. ABŞ dolları, orta illik artım isə 1,8 dəfə həcmində müəyyən edilmişdir.

Buradan çıxır ki, 2011-2016-cı illər üzrə idxalın proqnoz qiyməti $(699,0 \cdot 1,8) = 1258,2$ mln. ABŞ dolları təşkil edəcəkdir.

9. Türkiyə və Azərbaycan arasında ixrac-idxal əməliyyatlarının iqtisadi effektivliyinin müəyyən edilməsi

Azərbaycan və Türkiyə arasında xarici ticarət əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi və dərinləşdirilməsi üçün verilmiş sferanın iqtisadi effektivliyinin, inteqrasiyanın əsas problemlərinin həllindən və iqtisadi məkanın formalaşdırılmasından başlamış, iki ölkənin iqtisadi fəaliyyətinin konkret nəticələrinin dəyərləndirilməsinə qədər qiymətləndirilməsi zəruridir.

Hazırkı dövrdə həm xarici, həm də milli iqtisadi ədəbiyyatda effektivliyin müxtəlif izahları mövcuddur. Sözün geniş mənasında, effektivlik dedikdə, iqtisadi fəaliyyətin nail olunmuş nəticələri ilə bu nəticənin əldə edilməsinə sərf edilmiş resursların nisbəti başa düşülür. Xərclər və sərf edilmiş resursların məhsul formasını alması nəticəsində əldə edilmiş effekt özünü ödəmə müddəti kimi adlandırılan müəyyən zaman aralığı ilə bir-birindən ayrılır.

Xarici iqtisadi əlaqələrin effektivliyi göstəricilər sistemi ilə xarakterizə olunur. Ölkə miqyasında o, ixrac və idxalın ÜDM-a nisbəti kimi müəyyən olunur.

Bundan başqa, xarici iqtisadi əlaqələrin effektivliyi ölkənin xarici ticarət balansına və müəyyən olunur və ixracın strukturu ilə xarakterizə edilir. Həmçinin iqtisadi effekt və xarici ticarətin, ayrı-ayrı ölkələr üzrə əsas əmtəələr, əmtəə qrupları üzrə idxal və ixracın büdcə effektivliyi kimi göstəricilər də hesablanır.

Xarici ticarətdən əldə edilən effekt daxili bazarda məhsulun idxal dəyəri ilə istehsal xərcləri və ixrac məhsulunun reallaşdırılması üzrə xərclər arasındakı fərq kimi müəyyən olunur. Xarici ticarətin effektivliyi əmtəələrin idxal xərcləri ilə onların ixracına çəkilən xərclər arasındakı nisbət kimi hesablanır.

Bizim tədqiqatlarda Azərbaycan və Türkiyə arasındakı xarici ticarət əlaqələrinin iqtisadi effektinin mütləq kəmiyyət kimi, xarici ticarət əlaqələrinin iqtisadi effektivliyinin isə nisbi kəmiyyət kimi müəyyən edilməsinə cəhd edilmişdir.

Azərbaycan və Türkiyə arasındakı xarici ticarət əlaqələrinin iqtisadi effektin və iqtisadi effektivliyin hesablanması dissertasiya işində ətraflı təqdim edilmiş metodika üzrə həyata keçirilir.

Dissertasiya işinin mövzusu ilə bağlı müəllifin aşağıdakı məqalələri dərc edilmişdir:

1. Arslan Yılmaz, Azərbaycanın Xarici Ticarətinin İnkişafının İqtisadi Əsasları // Azərbaycan Universiteti İpək Yolu Elmi Jurnalı 2013 // №:4, s.129
2. Arslan Yılmaz, Xarici iqtisadi fəaliyyətdə Risklərin İdarəedilməsi Strategiyası // Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İqtisadiyyat İnstitutu Elmi Əsərlər Jurnalı 2013 // №:4, s.196
3. Arslan Yılmaz, теоретические аспекты внешнеэкономических связей в период глобальных кризисов // Ministry of Education and Science of Kazakhstan al-Farabi Kazakh National University 2013 // №:330.8, s. 274
4. Arslan Yılmaz, Bağımsızlık döneminde Azerbaycan & Türkiye ekonomik ilişkilerinin gelişim süreci // Azərbaycan Universiteti İpək Yolu Elmi Jurnalı 2014 // №:2
5. Arslan Yılmaz, Xarici Və Müştərək Şirkətlərin Xarici Ticarət Fəaliyyətinin Tədqiqinin Effektiv Metod Və Metodikalarının İşlənilib Hazırlanması // Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İqtisadiyyat İnstitutu Elmi əsərlər Jurnalı 2014 // №:3
6. Arslan Yılmaz, Azərbaycanın Xarici Ticarət Fəaliyyətinin Təhlili // Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İqtisadiyyat İnstitutu Xəbərlər Jurnalı 2013 // №:3
7. Arslan Yılmaz, Türkiyənin Xarici Ticarət Fəaliyyətinin Təhlili // AMEA akad. Z.M.Bünyadov adına Şərqsünəslıq İnstitutu və Qafqaz Universiteti Türkiyə 90 Türkiyə Cümhuriyyətinin müstəqilliyinin 90 illiyinə həsr olunmuş Beynəlxalq Elmi Konfransın materialları, Bakı 28 Oktyabr 2013

Йылмаз Арслан Халит оглы

Пути совершенствования внешнеэкономических связей Азербайджана и Турции в условиях глобализации.

РЕЗЮМЕ

В диссертационной работе поставлены и последовательно решены следующие задачи:

- обоснование теоретико-методологических основ внешней торговли;
- разработка преимуществ стратегической конкуренции внешней торговли в условиях риска;
- разработка методов и методических приемов исследования внешней торговли;
- системное исследование и анализ внешнеэкономических связей Азербайджана и Турции;
- выявление путей повышения конкурентоспособности зарубежных фирм Азербайджана и Турции;
- определение путей снижения рисков зарубежных фирм двух стран и их прогнозная оценка;
- определение экономической эффективности экспортно-импортных операций между Азербайджаном и Турцией.

Объектом исследования является внешняя торговля между Азербайджаном и Турцией в мировой экономической интеграционной системе.

Предметом исследования выступает формирование отношений во внешнеэкономических отношениях Азербайджана и Турции в условиях глобализации.

Yilmaz Arslan Halitoglu

Ways of improving trade relations between Azerbaijan and Turkey
in the context of globalization.

SUMMARY

In this thesis the following tasks are delivered and consistently solved:

- Justification of the theoretical and methodological foundations of foreign trade;
- Development of strategic competitive advantages of foreign trade in terms of risk;
- Development of methods and techniques of research methodology of foreign trade;
- Systematic study and analysis of foreign trade relations between Azerbaijan and Turkey;
- Identification of the ways to improve the competitiveness of foreign companies in Azerbaijan and Turkey;
- Identification of the ways to reduce the risks of foreign companies of the two countries and their prognostic assessment;
- Definition of economic efficiency of export-import operations between Azerbaijan and Turkey.

Object of study is the foreign trade between Turkey and Azerbaijan in the system of world economy integration.

The subject of study is the formation of relations in trade relations between Azerbaijan and Turkey in the context of globalization.