

AZƏRBAYCAN KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI DÜNYA BAZARINDA

Xülasə

Azərbaycanın ixrac potensialının ildən ilə artması, xüsusən də kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracda öz yerini tutması, ixracatçı təsərrüfatların öz inkişafı ilə yanaşı, ölkənin də iqtisadi cəhətdən dayanıqlı olmasında və onun tədiyyə balansının müsbət dinamikasında böyük rol oynayır. Bu məqsədlə kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxış imkanlarının artırılması yollarının öyrənilməsi olduqca aktualdır. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxış imkanlarının artırılması üzrə kompleks araşdırmaların əhatə dairəsi genişləndirilməli, onlar daha intensiv surətdə aparılmalıdır, çünki xarici ticarət əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin əsas prioritetlərindəndir.

Açar sözlər: kənd təsərrüfatı məhsulları, ixrac potensialı, beynəlxalq ticarət, dünya bazarı, idxal-ixrac

Aydin Ehtibar Bahramov

Agricultural products of Azerbaijan in the world market

Abstract

The increase of Azerbaijan's export potential from year to year, and especially the export of agricultural products, plays a big role in the economic stability of the country and the positive dynamics of its balance of payments, along with the development of the exporting farms. For this purpose, it is very important to study the ways of increasing the access of agricultural products to foreign markets. Therefore, the scope of complex studies on increasing the access of agricultural products to foreign markets should be expanded, they should be conducted more intensively, because the development of foreign trade relations is one of the main priorities of the country's food security.

Keywords: agricultural products, export potential, international trade, world market, import-export

Giriş

Dünyada baş verən global texnoloji tərəqqi, istehsalın ekstensiv tipindən intensiv metoduna keçid, nəqliyyat və logistika sahələrində inkişaf, bütün bunlar beynəlxalq ticarətin sürətli böyüməsinə, yeni sektorların meydana gəlməsinə səbəb olmuşdur. İqtisadi ədəbiyyatlarda beynəlxalq ticarət anlayışına müxtəlif yanaşma metodları var. Bir qrup iqtisadçı alim hesab edir ki, beynəlxalq ticarət ayrı-ayrı ölkələr arasında əmtəə və xidmətlərin mübadiləsidir, hansı ki, elmi-texniki inqilab şəraitində təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi və beynəlxalq əmək bölgüsünün intensivləşməsi ilə bağlıdır. Xarici ticarət siyasəti dövlətin həm xarici iqtisadi siyasətinin, həm də ümumi iqtisadi siyasətinin həyata keçirilməsinin əsas vasitəsi olaraq çıxış edir. Müasir dövrdə dövlətlər öz xarici ticarət siyasətlərini ölkənin texnoloji baxımdan inkişaf səviyyəsini, istehsal olunan əmtəə və xidmətlərin keyfiyyətini, coğrafi mövqelərini, resurs potensiallarını və digər amilləri nəzərə alaraq formalaşdırırlar. Məhz belə olduqda ölkələrin iqtisadi cəhətdən inkişaf etmələri mümkündür. Çünki dünyanın heç bir dövləti daxili tələbatını yalnız yerli istehsal hesabına ödəməklə inkişafa nail ola bilməz.

Ölkə iqtisadiyyatının inkişafı, azad sahibkarlığın təşviqi üçün təkə daxili bazar yetərli deyil. Xarici bazarlarda Azərbaycan məhsullarının yer tutması, bazar payına sahib olması əhəmiyyətli məsələdir. Prezident İlham Əliyev 2020-ci ilin yekunları ilə bağlı keçirdiyi müşavirədə qeyd etmişdir ki, Azərbaycan kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı məsələsinə yenidən baxmalı, Rusiyanın

Azərbaycandan ixrac edilən pomidorlara bir neçə dəfə qoyduğu sanksiyanı xatırladaraq hökumətə ənənəvi bazarlar saxlanılmaqla yeni bazarlar axtarışına çıxılmağı tapşırıb. Bundan başqa, prezident ixrac, eləcə də ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün kənd təsərrüfatı məhsullarının çeşidinin artırılmalı olduğunu vurğulamışdır. Buna görə də Azərbaycan məhsullarının satışında yalnız yaxın qonşularla kifayətlənməyib, üstünlüyü, əsasən, Avropa və Orta Asiya ölkələrinə vermək lazımdır. Buna görə də Azərbaycan yeni bazarlara çıxış üçün ilk növbədə Ümumdünya Ticarət Təşkilatına (ÜTT) üzvlük məsələsini həll etməlidir. Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında bolluq olur.

Ən bahalı və ən yaxşı bazar Avropa bazarıdır. Azərbaycan istehsalçıları da Avropa bazarlarında özlərinə yer tapmağı orta və uzunmüddətli hədəf kimi qarşıya qoymalıdır. İqtisadi inkişaf etmiş ölkələrdə daha çox geni modifikasiya edilmiş məhsullar bazara çıxarılır. Buna görə də Avropanın özü maraqlıdır ki, Azərbaycan kimi geni modifikasiya edilməmiş, təmiz məhsulları ixrac edən ölkələrə üstünlük versin. Ona görə də Azərbaycan üçün alternativ bazar olaraq Avropa İttifaqı ölkələri mümkündür. Bunun yanında ərəb ölkələri, Afrika ölkələri də ola bilər. Müxtəlif ölkələrlə ticarət etmək lazımdır. Rusiya böyük bazar olsa da, onunla iqtisadi əməkdaşlığın fəsadları da var. Müxtəlif embarqolar qoya bilər deyərək, daha çox siyasiləşmiş bazardır. Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında bolluq olur. Buna göstərən əsas təsirlərdən biri Azərbaycanın özünəməxsus coğrafi ərazidə yerləşməsidir. Azərbaycan dünyada yeganə ölkədir ki, onun həm Rusiya ilə, həm İranla quru sərhədi var və bu coğrafi yerləşmə üçtərəfli regional əməkdaşlığın inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Həmçinin tarixi Böyük İpək yolu layihəsində nəzərdə tutulan iqtisadi dəhliz Azərbaycanın ərazisindən keçdiyinə görə, Cənubi Qafqaz respublikaları arasında daha çox Azərbaycan dünyaya inteqrasiya etmək imkanına malikdir. Çinin İpək Yolu layihəsi bütün Asiya qitəsini Avropa ilə birləşdirmək məqsədi daşıyır. Bu məqsədlə artıq bir neçə il ərzində həm Cənub-Şərqi Asiya ölkələri, həm də Cənubi Qafqaz ölkələri əsasən Azərbaycan və Gürcüstan Çinlə ticarət yollarına aid olan bir sıra müqavilələr imzalayıb. İpək Yolu layihəsi çərçivəsində həyata keçən ticarət dəhlizlərinin böyük hissəsi Xəzər Dənizi vasitəsilə Azərbaycana və daha sonra Gürcüstana birləşir. Bu da Azərbaycana dünya ticarət yolları şəbəkəsində mühüm rol oynamaq imkanı yaradır. Belə ki, tarixi İpək Yolu üzərində qurulmuş Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu Çindən Avropaya yüklərin çatdırılması müddətini dəniz daşımalarına nisbətən iki dəfədən çox azaldır. Coğrafi yerləşməsinə görə sabitlik və təhlükəsizliyə xidmət edən Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu region ölkələri üçün onun cəlbediciliyini artırır və eyni zamanda, Mərkəzi Asiya ölkələrinin – Türkmənistan, Qazaxıstan, Özbəkistan, Qırğızıstan və Tacikistanın, həmçinin Əfqanıstanın Avropa və dünya bazarlarına çıxışını asanlaşdırır, onların ticarət əlaqələrinin, iqtisadiyyatının inkişafında, inteqrasiyasında mühüm əhəmiyyət daşıyır. Həmçinin Azərbaycanda son illər ərzində ölkənin müxtəlif bölgələrində yeni beynəlxalq aeroportların istifadəyə verilməsi, yeni yolların salınması, regional layihələrin icrasında aparıcı rol oynaması Azərbaycanın məqsədyönlü siyasətinin tərkib hissəsi kimi həm daxili nəqliyyat infrastrukturunun inkişafına töhfə verir, həm də Azərbaycanı Avrasiyanın nəqliyyat qovşağına çevirir ki, bu da xarici bazarlarda rəqabətli məhsullarımızın dünyanın müxtəlif ölkələrinə ixrac olunmasına şərait yaratmaqla kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal tempinin artmasına səbəb olur. Lakin ixrac tempinin artmasına baxmayaraq, 2018-ci ildə kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalı (1703.5 mln dollar) ixracı (688.5 mln dollar) təxminən 2.5 dəfə üstələmişdir.

1. Son dövrlərdə respublikada bu istiqamətdə bir sıra mühüm tədbirlər görülmüşdür. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019-2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”, “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”, “Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin liberallaşdırılması haqqında” fərmanı, “Azərbaycan Respublikasında idxal-ixrac əməliyyatlarının tənzimlənməsi 4 Qaydaları”, “Azərbaycan Respublikasında idxal-ixrac əməliyyatlarının tənzimlənməsi qaydalarının təkmilləşdirilməsi sahəsində əlavə tədbirlər haqqında” fərmanı bu sahədə müsbət nəticələr əldə edilməsinə zəmin yaratmışdır (Əliyev, 2021:72). Belə şərtlər daxilində xüsusilə ixrac yönümlü istehsalın stimullaşdırılması və xarici bazarlara çıxış imkanlarının gücləndirilməsi, qlobal rəqabət mühitində məhsulların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi tədbirlərinin reallaşdırılması, nəinki elmi, həm də təcrübəvi əhəmiyyət

kəsb edir. Belə ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxış imkanlarının artırılması üçün əlverişli ixrac bazarı seçilməlidir.

Azərbaycan üçün ixrac bazarları seçilərkən iki qonşu ölkə Rusiya və İran daha real və cəlbedicidir: Rusiya bazarlarına daha çox məhsulun ixrac edilməsi və ticarət sanksiyalarının aradan qaldırılmasından sonra İranla ticarətin genişləndirilməsi müxtəlif kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını və məhsuldarlığını artırmaqla hər iki bazarda fəaliyyətin gücləndirilməsi üçün real imkanlar yaradır. Həm Rusiya, həm İran bazarları üçün qısamüddətli ixrac potensialına malik olan məhsullar Strateji Yol Xəritəsinin ikinci hədəfində də geniş şəkildə araşdırılaraq təyin edilmişdir. Belə ki, ixrac strategiyasının ikinci hədəfi olaraq əsas diqqət ölkəyə yaxın olan hədəf bazarlarının və bu bazarlar üçün potensialı olan məhsulların müəyyənləşdirilməsinə yönəldilmişdir. Bununla yanaşı çoxşaxəli ixrac modelinə keçid ilə bağlı da işlər görülməlidir. Belə ki, Azərbaycan kənd təsərrüfatı məhsullarının çox bir hissəsi Rusiyaya ixrac olunur, bu da xarici ticarətin bir istiqamətdə formalaşmasına gətirib çıxardaraq ciddi asılılıq yaradır. Bunun üçün yaxın çevrəimizdəki ölkələr arasında özləri də müəyyən kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracatçısı olmayan bazarlar axtarılmalıdır. Belə ki, xarici bazarlara çıxış strategiyasının işlənilməsi və həyata keçirilməsinin konseptual aspektləri baxımından ərazi baxımından yeni bazarlara daxil olmanın strateji məsələləri xüsusi aktualıq kəsb edir (Engel, Valdes, 2000:71).

Orta Asiya bazarında müəyyən yer tutmaq mümkündür. Bura Qazaxıstan, Türkmənistan, Tacikistan, Qırğızıstan kimi dövlətlər daxildir. Lakin orada da ciddi kənd təsərrüfatı ixracatçısı olan Özbəkistanla rəqabət aparmalı olacağıq. Ona görə də əsas ixrac bazarlarının müəyyənləşdirilməsi ilə yanaşı, bu bazarlara iqtisadi baxımdan daha səmərəli, beynəlxalq bazarlarda rəqabət qabiliyyəti daha yüksək məhsulların ixracının stimullaşdırılması vacib məsələ kimi qarşıda durmaqdadır. Bu məqsədlə bazarlar üzrə daha dəqiq araşdırmalar aparılmalı, yerli xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla, ixrac strategiyaları hazırlanmalı və yerli istehsalçıların hədəf bazarlara çıxış imkanlarının artırılması istiqamətində konkret tədbirlər həyata keçirilməlidir.

2. Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının xarici bazara çıxışı üçün əlverişli mühitin formalaşmasında sahəyə dövlət dəstəyi mühüm rol oynayır. Həmin dəstəyin gücləndirilməsi, xarici bazarda yerli məhsulların rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsinə xidmət edir (Əliyev, Şəkərəliyev, 2002:6).

Əlbəttə, bu müəyyən intervalda baş verir. Başqa sözlə, xarici bazara çıxarılan kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının məsrəfləri azaltmaq motivini zəiflətməməlidir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 5 oktyabr 2016-cı il tarixli 1063 nömrəli fərmanında xarici ölkələrə ixrac missiyalarının təşkili, xarici bazarların araşdırılması, “Made in Azerbaijan” brendinin xarici bazarlarda təşviqi ilə bağlı məsələlərə ciddi önəm verilmişdir (4).

Ölkə başçısının bu fərmanı ilkin araşdırmalardan göründüyü kimi, qeyri-neft məhsullarının, o cümlədən kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının stimullaşdırılması və ixracının təşviqi mühitini formalaşdıran başlıca sənəd rolunda çıxış edir. Bundan əlavə, ixracatçılara dəstək məqsədilə “Bir Pəncərə” prinsipi reallaşdırılmışdır və Rəqəmsal Ticarət Qovşağı yaradılmışdır (Əliyev, 2021:7).

Bu məqsədlə xarici ölkələrdə fəaliyyət göstərən mağazalarda və “Duty Free”lərdə “Made in Azerbaijan” rəflərinin təşkili, yerli qeyri-neft məhsullarının vahid brend ilə dünyada tanınması və təşviq edilməsi məqsədi ilə xarici ölkələrin ictimai yerlərində və beynəlxalq KİV-də “Made in Azerbaijan” brendinin təbliği də həyata keçirilməkdədir (Hüseyn, 2018:408).

Kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalında çeşiddən daha çox məhsuldarlıq önəmli olmalıdır, çünki Azərbaycanda bir hektardan götürülən məhsuldarlıq qonşu ölkələrdən, dünya ortalamasına görə daha aşağıdır. Bunun üçün aqrotexniki qaydalara əməl edilməli, elmi yanaşma olmalı, gübrə və toxumların seçimində elmi seleksiyadan istifadə olunmalı, əl əməyindən daha az istifadə olunmalıdır. Torpaqdan hansı məhsulun daha yaxşı əldə olunacağını bilən iri fermer təsərrüfatlarının yaradılması, aqrotexniki qaydalarla bağlı dəstək, uzunmüddətli aşağı faizli kreditlərlə bağlı dəstək verilməlidir (Hüseynov, 2021:3-4). Çeşidlərin seçilməsi üçün torpağın özəlliyi, hansı məhsul növünün məhsuldarlıq verəcəyi öyrənilməlidir. Bundan sonra çoxçeşidli məhsulların əkimi ilə bağlı elmi yanaşmanı da ortaya qoymaqla fermerlər də qərar verə bilər, bazar da bunu tənzimləyə bilər. Ona görə də ənənəvi məhsullar,

yəni pomidor, xiyar, tərəvəz, nar, heyva, xurma kimi meyvə-tərəvəzlərlə yanaşı fındıq, badam, arıçılığın perspektivləri genişləndirilməlidir (Hüseynov, 2017:188-190).

Azərbaycan kənd təsərrüfatının xarici bazarlara ixracı ilə bağlı məsələlərlə məşğul olan əsas qurumlardan biri Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu (Azpromo) 2003-cü ildə İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən qeyri-neft sektorlarına xarici investisiyaların cəlbi və qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması məqsədilə təsis edilmişdir. Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafı, həmçinin istehsal olunan məhsulların xarici bazarlarda təşviqi ilə bağlı ölkə rəhbəri tərəfindən qarşıya qoyulmuş bir sıra hədəflərə nail olmaq məqsədilə xarici ölkələrdə müxtəlif beynəlxalq tədbirlər təşkil etmək, xarici alıcıları Azərbaycan məhsulları barədə məlumatlandırmaq və yerli şirkətlərlə əlaqələndirmək, həmçinin Azərbaycan investisiya mühiti haqqında ətraflı məlumat toplamaq istəyən və investisiya yatırmaqda maraqlı olan xarici şirkətlərə “vahid pəncərə” funksiyası əsasında xidmət göstərmək və dəstək verməkdir (2018:15).

Azərbaycanın əsas ticarət tərəfdaşları kimi Rusiya, Türkiyə, ABŞ, Almaniya, Fransa və İtaliyanın adını çəkir. Azpromo-nun məlumatında deyilir ki, Azərbaycan qeyri-neft məhsulları arasında ən çox meyvə-tərəvəz, spirtli və spirtsiz içki, şəkər, müxtəlif yağlar, çay, plastik və kimya məhsulları ixrac edir. Qurumun kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə bazar araşdırmaları bölməsində Baltik ölkələri, İsveçrə, Böyük Britaniya, Almaniya, Rusiya, Çin kimi ölkələrin adlarına rast gəlmək mümkündür (Qafarov, 2009).

Son illər dünya iqtisadiyyatında baş verən dəyişikliklər və beynəlxalq ticarət əlaqələrinin mürəkkəb xarakter alması dövlətin qarşısında xarici bazarlarda milli istehsalçıların mövqeyinin möhkəmləndirilməsi, ixracın stimullaşdırılması və daxili tələbatın daha böyük hissəsinin yerli istehsal hesabına ödənilməsinin təmin olunması kimi mühüm vəzifələr qoyur (Quliyev, Mehrəliyev, 2011). Həm milli, həm də dünya iqtisadiyyatında müxtəlif istiqamətli tendensiyalar tələbin alıcılıq qabiliyyətinin müəyyən hallarda azalmasına, rəqabətin kəskinləşməsinə, iqtisadi inkişaf perspektivləri və prioritetlərinin dəyişdirilməsinə səbəb olduğundan xarici ticarət əlaqələrinin təkmilləşdirilməsinə diqqətin artırılması zəruri məsələlərdən birinə çevrilmişdir (Məmmədov, 2005). Bu baxımdan bir çox dünya dövlətləri nəinki istehsalın və ixracın artımını əsas hədəf kimi müəyyənləşdirir, eyni zamanda yerli istehsalçıların qeyd edilən istiqamətlərdəki fəaliyyətinin dəstəklənməsi və rəqabət şəraitində onların daha uğurlu mübarizə apara bilməsi məqsədilə müvafiq tədbirlər həyata keçirir (Salahov, 2004).

Nəticə

Ümumiyyətlə, dövlət xarici ticarət əlaqələrinin genişləndirilməsi ilə yanaşı, bu əlaqələrin səmərəliliyini təmin etmək üçün daha əlverişli tərəfdaşlarla iqtisadi münasibətlərdə maraqlı olur. Əsas hədəf isə bu şərtlər daxilində, ilk növbədə, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının yüksəldilməsinə yönəlikdir. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, kənd təsərrüfatında maliyyə sağlamlaşdırılması həyata keçirmədən, bütövlükdə sahəni, o cümlədən onun mühüm istehsal vahidləri kimi kənd təsərrüfatı əmtəə istehsalçılarının davamlı fəaliyyətini təmin etmək mümkün deyildir. Belə ki, maliyyə sağlamlaşdırılması, dövlətin aqrar siyasətini, o cümlədən kənd təsərrüfatının dövlət tənzimlənməsinin mühüm tərkib hissəsi hesab olunur.

Maliyyə sağlamlaşdırılması istiqamətində həyata keçirilən siyasət kənd təsərrüfatında fəaliyyət göstərən fermer təsərrüfatlarının müflisləşməsinin qarşısını alır və bu daxili ərzaq bazarında yerli istehsalın xüsusi çəkisinin yüksəldilməsinə və istehsalın rəqabətədavamlılığının artırılmasına əlverişli şərait yaradır. Məlum olduğu kimi bazar münasibətləri şəraitində kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatın digər sahələri ilə müqayisədə az gəlirli və təbii iqlim şəraitindən asılı xarakterə malikdir. Bu baxımdan kənd təsərrüfatında iqtisadiyyatın digər sahələri ilə müqayisədə zəruri zərərlə işləyən təsərrüfat subyektlərinin səviyyəsi yüksək olur. Bu isə onunla bağlıdır ki, kənd təsərrüfatında aqrar biznesin rentabelliği digər sahələrlə müqayisədə nəzərə çarpacaq dərəcədə aşağıdır və aqrobiznes fəaliyyətinin mühüm və strateji əhəmiyyətli sahəsi kimi kənd təsərrüfatı və onunla qarşılıqlı əlaqəyə malik olan sahələrdə investisiya cəlbediciliyinin yüksəlməsini əngəlləyir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalında emal məhsullarının, ixracda isə bunun əksinə, xammal formasında olan məhsulların xüsusi

çəkisi daha böyükdür. Digər tərəfdən, kənd təsərrüfatı məhsullarını daha yüksək qiymətə Avropa ölkələrinə göndərə biləcəyimiz halda onları daha ucuz qiymətə Rusiya Federasiyasına ixrac edirik.

Deməli, kənd təsərrüfatı 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 rəqabət qabiliyyətli olmaya bilər. Bunun üçün keyfiyyət standartlarının təmin edilməsinə nəzarət gücləndirilməli və yalnız bundan sonra ölkənin milli brendinin formalaşdırılması istiqamətində təşviq tədbirləri görülməlidir. İxrac coğrafiyasında keyfiyyət dəyişikliklərinə nail olmaq üçün yerli istehsalçıların beynəlxalq sertifikatlarla təchiz olunmasına şərait yaratmaq lazımdır. Bunun üçün dövlət-özəl tərəfdaşlıqlarının qurulması tələb oluna bilər. Belə ki, kənd təsərrüfatı istehsalçılarının əksər hissəsinin kiçik fermerlərdən ibarət olması və sertifikatların qiymətlərinin çox yüksək olması dövlətin buraya müdaxiləsini zəruri edir. Hazırkı dövrdə ixrac sertifikatların dəyərinin 50%-i dövlət tərəfindən ödənsə də, fermerlər yerdə qalan 50%-in ödənilməsində də çətinlik çəkirlər. Sözügedən sertifikatların əldə edilməsi ilə bağlı iri fermer təsərrüfatlarına və kooperativlərə dövlət zəmanətli kredit dəstəyi göstərilə bilər. Bu yolla kiçik fermerlər belə ixracda müəyyən paya sahib ola bilərlər.

Ədəbiyyat

1. Əliyev, P. (2021). Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının ixracının dövlət tənzimlənməsinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi. Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı, № 1 (35), s.72.
2. Engel, E.M., Valdes, R.O. (2000). Optimal fiscal strategy for oil exporting countries. IMF, 71 p.
3. Əliyev, A.Ə., Şəkəraliyev, A.Ş. (2002). Bazar iqtisadiyyatına keçid, dövlətin iqtisadi siyasəti. Bakı.
4. <https://e-qanun.az/framework/33825>
5. Hüseyn, R.Z. (2018). Aqrar sahədə rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı: qloballaşmanın çağırışları və inkişaf imkanları. Bakı: Avropa Nəşriyyatı, 408 s.
6. Hüseynov, M.M. (2021). Kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə xarici ticarət əlaqələrinin inkişaf istiqamətləri. Avtoreferat. Gəncə, s.3-4.
7. Hüseynov, M.M. (2017). Xarici ticarət əlaqələrinin inkişafında kənd təsərrüfatının rolu. Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin elmi əsərləri, №4. Gəncə, s.188-190.
8. İxrac icmalı. (2018). İqtisadi islahatların təhlili və kommunikasiya mərkəzi. Yanvar, №1 (10), s.15.
9. Qafarov, N.C. (2009). Aqrar iqtisadiyyat. Bakı.
10. Quliyev, E.A., Mehraliyev, İ.İ. (2011). Müasir dövrdə xarici iqtisadiyyat fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin xüsusiyyətləri. Bakı.
11. Məmmədov, A.S. (2005). Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı. Bakı.
12. Salahov, S.V. (2004). Aqrar iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi problemləri. Bakı.

Göndərildi: 12.07.2022

Qəbul edildi: 18.09.2022