

UOT: 338.43, 339.5, 634.1

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MEYVƏÇİLİK SEKTORUNUN İXRAC TENDENSİYALARI: MÜQAYISƏLİ TƏHLİL

Yusif Məmmədağa oğlu Axundov

Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzinin dissertantı

e-mail: yusif@axundov.com

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan Respublikasından ixrac edilən 5 əsas meyvəçilik məhsulu (xurma, fındıq, alma, gilə və şaftalı) üzərindən ixrac həcmi, dəyəri və qiyməti baxımından 2013-2022-ci illər üzrə təhlil aparılmış, həmin məhsulların dünya miqyasında ümumi ixrac meyilləri müəyyən edilmiş və müqayisələr həyata keçirilmişdir. Təhlil nəticəsində məhsulların ixrac trendi üzrə proqnozlar verilmişdir. Göstərilmişdir ki, araşdırılan məhsulların Azərbaycan Respublikasında istehsalı və ixracı tendensiyası növbəti 5 ildə artma istiqamətində davam edəcək. Qiymət baxımından isə gözlənilən ümumi dinamika pozitiv olsa da, qiymətlərin artım tempi zəifləyən tendensiya ilə gedəcək. Eyni zamanda, istehsalçılar və siyasət tənzimləyiciləri üçün ixrac miqdarının artdığı və ixrac qiymətinin sabit qaldığı şəraitə uyğun tövsiyələr irəli sürülmüşdür.

***Açar sözlər:** meyvə ixracının təhlili, ixracın şaxələndirilməsi, meyvəçilikdə istehsal və ixrac, ixrac proqnozu, meyvəçilik məhsullarının ixrac qiymətləri.*

Giriş

Qlobal miqyasda aqro-ərzaq sektorunda istehlakçı seçimlərinə və ticarət dinamikasına təsir edən, ixracatçılar üçün problemlər və imkanlar yaradan dəyişikliklər baş verir. Bu baxımdan əsas ixrac məhsullarının istehsalı, ixrac həcmi və qiymət dinamikasının tədqiq edilməsi Azərbaycanın aqrar-ərzaq ixracı sektorundakı problemləri daha yaxşı anlamağa kömək edir. Ümumən müsbət olan ixrac tendensiyaları fonunda qlobal və yerli ixrac qiymətlərinin statik qalması, bəzi məhsulların qiymətlərində enmə tendensiyalarının izlənilməsi və digər vacib məsələlər diqqəti cəlb edir.

Ölkənin ixrac potensialını artırmaq üçün rəqabət qabiliyyətinin və səmərəliliyin artırılması məsələləri ön plana çıxır. Yeni texnologiyaların tətbiqi, müxtəlif üsullarla istehsal xərclərinin azaldılması və təchizat zəncirinin təkmilləşdirilməsi inkişaf etmiş ölkələrdə ixracın rəqabətli olmasına şərait yaratdığından, Azərbaycanda da bu məsələlərə daha çox diqqətin ayrılmasına ehtiyac yaranır.

Qlobal istehlak tendensiyalarının dinamik landşaftı Azərbaycan Respublikasının aqro-ərzaq ixrac potensialına birmənalı olaraq öz təsirini göstərir və məqalədə bu təsiri müəyyən dərəcədə qiymətləndirmək cəhdi edilmişdir. Bu araşdırma kənd təsərrüfatı ixracının əhəmiyyətli hissəsini

təşkil edən 5 adda meyvənin 2013-cü ildən 2022-ci ilə qədər istehsal və ixrac statistikasının təhlili üzərində qurulmuşdur.

Son illərdə qlobal aqro-ərzaq ixracı sahəsi bir sıra iqtisadi amillərin təsirinə məruz qalıb. Ölkələr qlobal tendensiyaları, ticarət siyasətlərini və iqtisadi gücləri bir-birinə bağlayan mürəkkəb qarşılıqlı əlaqəni araşdıraraq beynəlxalq bazarlarda öz mövqelərini genişləndirməyə çalışırlar və əlbəttə ki, Azərbaycan Respublikası da istisna deyil. Bu tədqiqatın məqsədi aqro-ərzaq ixracı sektorunun strukturunun formalaşdırılmasında iştirak edən bazar tendensiyalarının təhlilini aparmaqla meyvəçilik sahəsində cari vəziyyəti müəyyən etmək və gələcək perspektivləri şərh etməkdir.

Məqalədə meyvə ixracının strukturu miqdar, qiymət və nisbət prizmasından araşdırılır, o cümlədən daim dəyişməkdə olan istehlakçı seçimləri və iqtisadi dayanıqlılıq məsələlərinin təsiri nəzərdən keçirilir. Məqalənin əsas hədəfi bu ixrac dinamikasının tədqiqi vasitəsilə maraqlı tərəflər və tədqiqatçılar üçün bu sahədə müzakirə predmetini təqdim etmək, onların diqqətini iqtisadi amillərin kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının qlobal ticarət dinamikasına necə təsir etdiyinə yönəltməkdir.

Metodologiya

Araşdırma aparılarkən Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının ixrac strukturuna təsir edən iqtisadi amilləri aşkara çıxarmaq məqsədilə qlobal bazarın dinamikasının təhlili aparılmış, müvafiq ədəbiyyat nəzərdən keçirilmiş, beynəlxalq ticarətə dair məlumat bazalarındakı məlumatların təhlili vasitəsilə bazarın tendensiyaları müəyyən edilmişdir. İstehlakçı seçimlərini və bazar imkanlarını təyin etmək üçün yerli və xarici ekspertlərin rəylərinə diqqət yetirilmişdir.

Bir tərəfdən araşdırmanı daha relevant saxlamaq, digər tərəfdən isə daha uzunmüddətli məlumatlara istinad etmək məqsədilə araşdırmanı son 10 ilin (2013-2022-ci illər) statistikasına əsaslanaraq aparmaq qərarı verilmişdir. Məhsullar üzrə birləşmiş təhlil aparmaq məqsədilə onların ixrac göstəricilərinə çəkilər verilərək müqayisə edilmişdir. Kənd təsərrüfatı istehsalının iqlimdən asılılığı nəzərə alınaraq artım 10 illik dövrün ilk ili ilə sonuncu ilin 3 dövrük eksponensial ortası arasındakı fərq kimi götürülmüşdür. Hesablama aşağıdakı düstur üzərindən aparılmışdır:

$$EMA = (P - EMA_{\text{əvvəlki dövr}}) \alpha + EMA_{\text{əvvəlki dövr}}$$

burada,

P = cari qiymət

$$\alpha = \text{hamarlama əmsali} = \frac{2}{1+n}$$

n = hamarlama dövrlərinin sayı (hesablamalarda 3 il götürülmüşdür)

Orta illik artım tempi mürəkkəb faiz düsturu üzərindən hesablanmışdır:

$$CAGR = \left(\frac{V_n}{V_1} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

burada,

V_n = sonuncu göstərici (burada eksponensial orta göstəricidən istifadə edilmişdir)

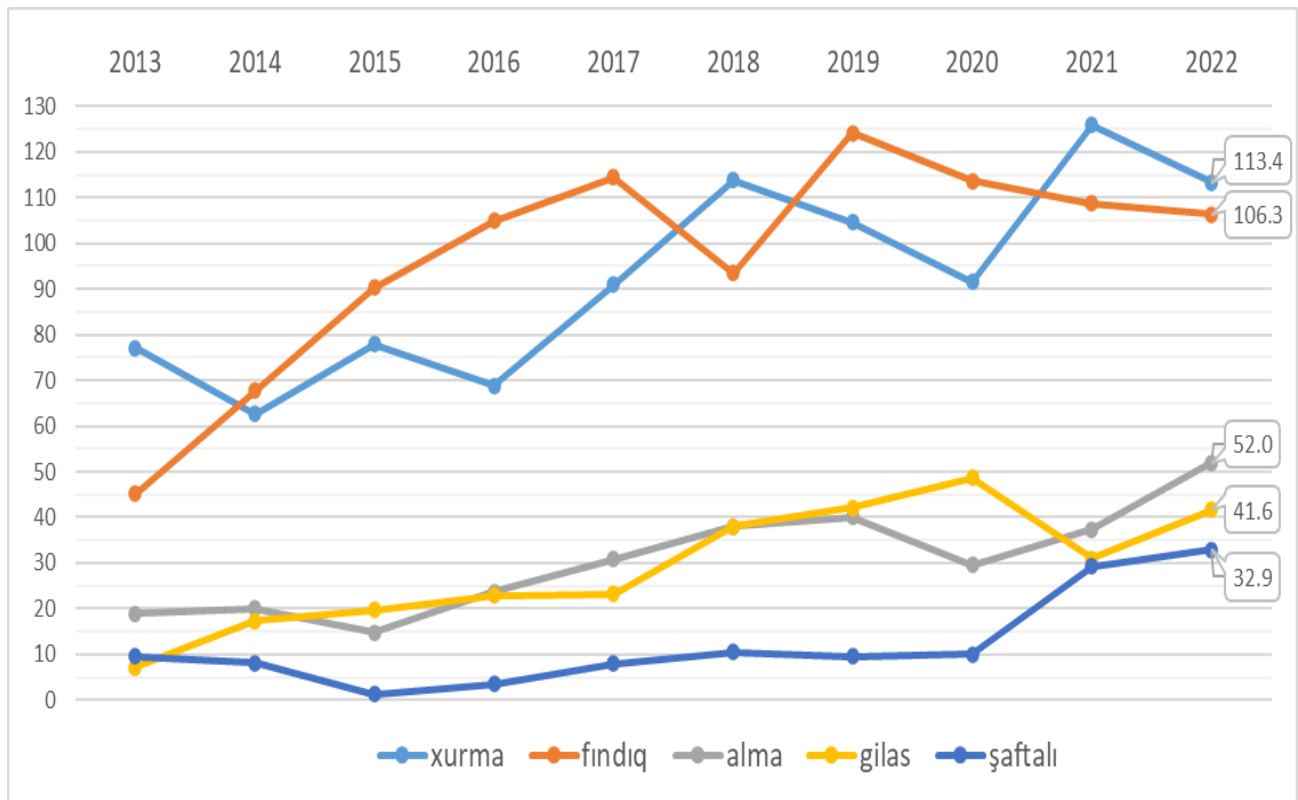
V_1 = birinci ilin göstəricisi

İxracın həcmi və səviyyəsi göstəricilərinin dinamikası

Qlobal istehlak trendlərinin Azərbaycan Respublikasının aqro-ərzaq ixracı potensialına təsirini qiymətləndirmək məqsədi ilə bu araşdırma yalnız 1 mal qrupu üzrə aparılmışdır – “08” kodlu “Yeməli meyvə və qoz-fındıq”. Bu mal qrupu üzrə ixracın dəyəri 2022-ci ilin statistikasına əsasən, 449 milyon ABŞ dolları olmaqla kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının dəyərinin (01-14 mal qrupları üzrə, emal məhsulları istisna olmaqla) 62.4 faizini, ümumilikdə qeyri-neft ixracının 14.7 faizini təşkil etmişdir. Bu qrupdan tədqiqatın məqsədi üçün 5 aparıcı məhsul seçilmişdir: xurma (mal kodu: 081070), fındıq (080222), alma (080810), giləs (080929) və şaftalı (080930).

2013-2022-ci illərdə müvafiq məhsulların ixrac dinamikasına dair göstəricilər *Diagram 1*-də verilmişdir. Göründüyü kimi, həmin dövrdə nəzərdən keçirilən bütün məhsullar üzrə ixrac dəyərinin artımı müşahidə edilir: orta çəkili ümumi ixrac dəyəri dövr ərzində 60% artmışdır.

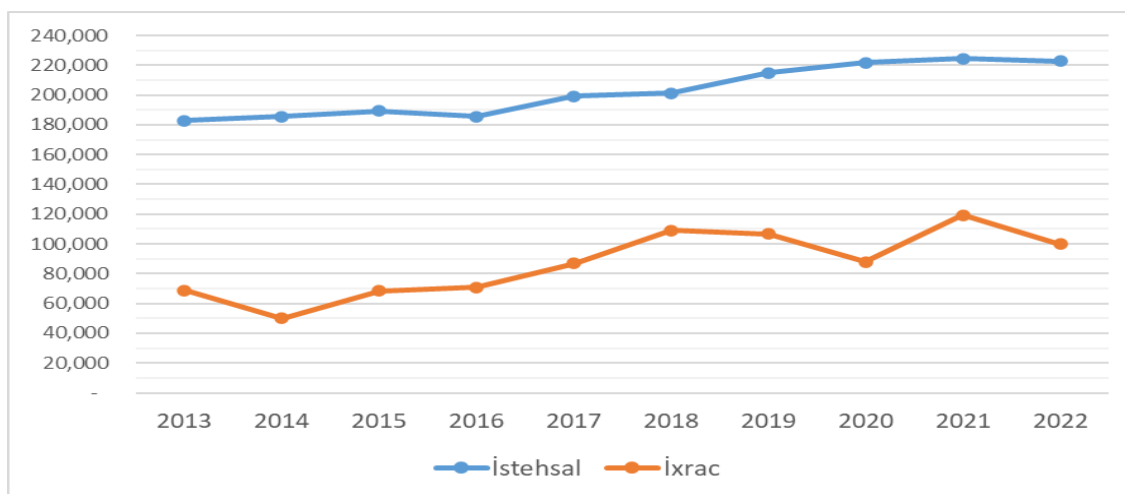
Diagram 1. İxrac dəyərinin artım dinamikası, mln. ABŞ dolları ilə



Mənbə: [2] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

Tədqiq edilmiş 5 məhsul üzrə ixracın artım templəri, həcmələri və dinamikası fərqli olsa da, ümumi tendensiya məhsulların həm istehsalı, həm ixracı, həm də ixrac qiymətində olan artımdan ibarətdir: 2013-2022-ci illər ərzində araşdırılan 5 məhsul üzrə orta çəkili istehsal miqdarı 21% (və yaxud illik 1.9%), ixrac miqdarı 50% (və yaxud illik 4.1%), ixrac qiyməti isə 13% (və yaxud illik 1.2%) artmışdır. Bununla belə *Diagram 2*-dən göründüyü kimi, ixrac artımı istehsalın artım tempini üstələsə də, ikincinin əyrisi birincidən daha hamardır və bunu bir sıra amillərlə, o cümlədən digər ölkələrdə istehsal həcmələrinin dəyişməsi və bununla əlaqədar dünya bazarında qiymətin dəyişməsi, COVID-19 pandemiyası ilə bağlı məhdudiyətlərlə əlaqələndirmək olar.

Diagram 2. Məhsullar üzrə orta çəkili istehsal və ixrac, tonla



Mənbə: [2] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmış və hazırlanmışdır.

Göstərilən meyillərə uyğun olaraq məhsulların dünya ixracındakı payında da dəyişikliklər baş vermişdir (*Cədvəl 1*). Bütün 5 məhsul üzrə Azərbaycan Respublikasının dünya ixracındakı payı miqdar baxımından artmış, artım şaftalı ixracında 3 dəfə, giləs və alma ixracında 2 dəfədən artıq, fındıq ixracında 60%, xurmada isə ən az – 10% olmuşdur. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, xurma və fındıq ixracı istisna olmaqla digər 3 məhsul dünya miqyasında ticarətə təsir edə biləcək həcmə deyil.

Cədvəl 1. Azərbaycan Respublikasının ümumdünya ixracında payı

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Eksponensial orta
Xurma	A	355,644	379,015	442,293	449,495	591,919	531,156	534,698	654,307	554,527	503,458	538,089
	B	95,118	69,311	95,631	94,202	118,305	150,941	146,092	125,772	174,158	147,632	150,204
	C	26.7%	18.3%	21.6%	21.0%	20.0%	28.4%	27.3%	19.2%	31.4%	29.3%	28.2%
Fındıq	A	238,685	219,332	214,597	224,944	252,275	249,897	285,018	256,304	316,515	285,374	286,908
	B	10,415	11,838	12,224	14,813	20,754	18,223	22,023	17,867	18,338	20,200	19,395
	C	4.4%	5.4%	5.7%	6.6%	8.2%	7.3%	7.7%	7.0%	5.8%	7.1%	6.8%
Alma	A	8,292,262	8,817,160	9,543,409	9,371,578	9,242,306	8,430,413	9,008,204	8,566,957	8,944,618	7,356,520	8,100,069
	B	41,666	45,575	37,946	66,321	77,489	89,822	96,892	72,088	66,849	82,292	77,779
	C	0.5%	0.5%	0.4%	0.7%	0.8%	1.1%	1.1%	0.8%	0.7%	1.1%	1.0%
Gilas	A	327,345	400,984	474,180	502,385	504,361	696,988	725,901	767,085	938,057	930,398	877,829
	B	4,205	9,581	11,990	14,993	14,439	23,320	26,516	30,220	19,443	29,203	26,042
	C	1.3%	2.4%	2.5%	3.0%	2.9%	3.3%	3.7%	3.9%	2.1%	3.1%	3.0%
Şaftalı	A	1,851,202	1,983,747	2,240,274	2,075,712	2,294,138	1,952,738	2,009,915	1,733,865	1,757,695	1,669,464	1,745,835
	B	8,112	6,946	1,107	3,561	7,259	9,519	8,033	8,201	23,395	26,608	21,152
	C	0.4%	0.4%	0.0%	0.2%	0.3%	0.5%	0.4%	0.5%	1.3%	1.6%	1.2%

Mənbə: [2] əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

A - Ümumdünya ixrac miqdarı, ton;

B - Azərbaycan Respublikası üzrə ixrac miqdarı, ton

C - Azərbaycan Respublikasının ümumdünya bazarında payı, faiz

Ümumi mənzərə pozitiv görünsə də, ixrac qiymətinin orta illik artımını 2013-2022-ci illər üzrə istehlak qiymətləri indeksi üzərindən hesablanmış orta illik inflyasiya ilə müqayisə etsək, qiymət artımının xeyli geridə qaldığını görürük: son 10 il ərzində orta illik inflyasiya 6.1% təşkil etmişdir [17].

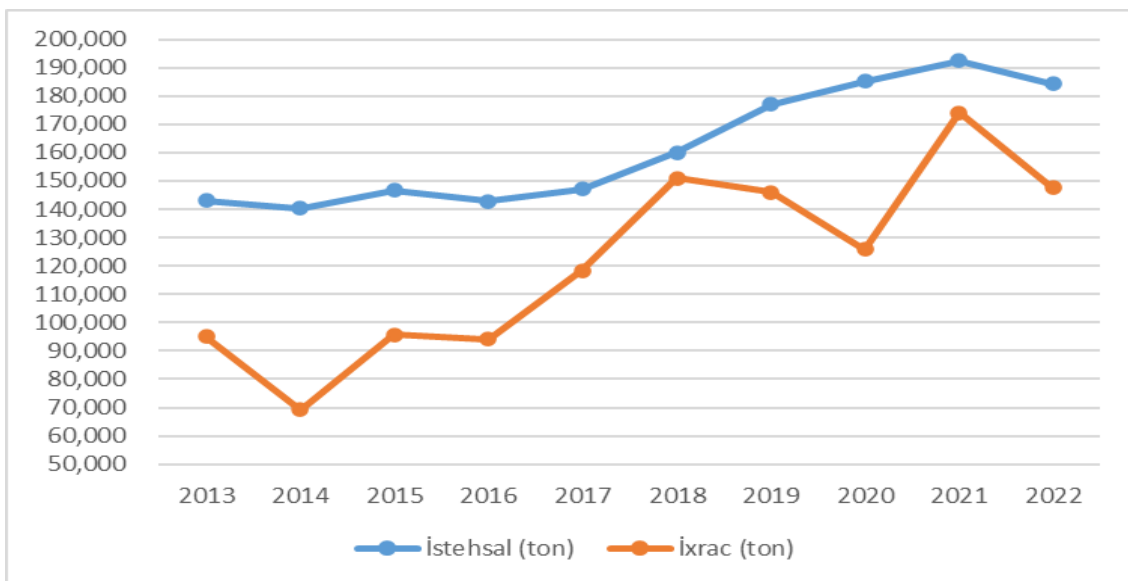
Digər tendensiya ixrac qiymətinin ümumdünya qiymətindən daha aşağı olmasıdır: 5 məhsul üzrə orta qiymət 32% daha aşağı olmuşdur. Bu vəziyyətin müxtəlif səbəbləri ola bilər: coğrafi şəxələnmənin zəif olması, nəqliyyat xərcləri, xarici bazarlara giriş məhdudiyətləri (xüsusən də idxal rüsumları, tariflər və daha yüksək keyfiyyət tələbləri), uzun məsafələrə nəql etmək və inkişaf etmiş bazarlara çıxmaq üçün yığımdan sonrakı (“post-harvest”) texnologiyanın geniş tətbiq edilməməsi.

Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, ayrı-ayrı məhsullar üzrə istehsal və ixracın dinamikasında fərqli xüsusiyyətlər müşahidə edilmişdir.

Xurma

Azərbaycan Respublikasında xurma istehsalı və ixracı son 10 il ərzində müsbət artım dinamikasını saxlamışdır (*Diagram 3*): həm istehsal, həm ixrac bir-birinə paralel şəkildə getmişdir.

Diagram 3. Xurma istehsalı və ixracının dinamikası, tonla



Mənbə: [1] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

Orta eksponensial hesabla son 10 il ərzində xurma istehsalında artım 29%, ixracında isə miqdar artımı 58% təşkil etmişdir. Eyni zamanda, istehsal edilmiş ümumi məhsulun ixrac edilən payı da 66%-dən 82%-dək, yəni 23% artmışdır.

Bununla belə, xurma ixracının dəyəri 10 il ərzində 46% artmışdır (*Cədvəl 1*). Qiymətin eksponensial orta hesabla 8% aşağı düşməsi dəyər artımı tempinin miqdar artımından daha aşağı düşməsində öz əksini tapmışdır.

Xurma Azərbaycan Respublikasının qeyri-neft ixracının ən əsas komponentlərindən biridir (*Diagram 1*). Son 10 il ərzində eksponensial orta illik ixrac miqdarı 150 min ton olmaqla ixracın orta illik artımı 4.7% təşkil etmişdir, bu da öz növbəsində dünya bazarının artım tempindən daha çoxdur

(*Cədvəl 1*). Qeyd edək ki, Azərbaycan dünya xurma tələbatının 28%-ni təmin edir və heç bir digər məhsulda bu rəqəmə yaxın payı yoxdur.

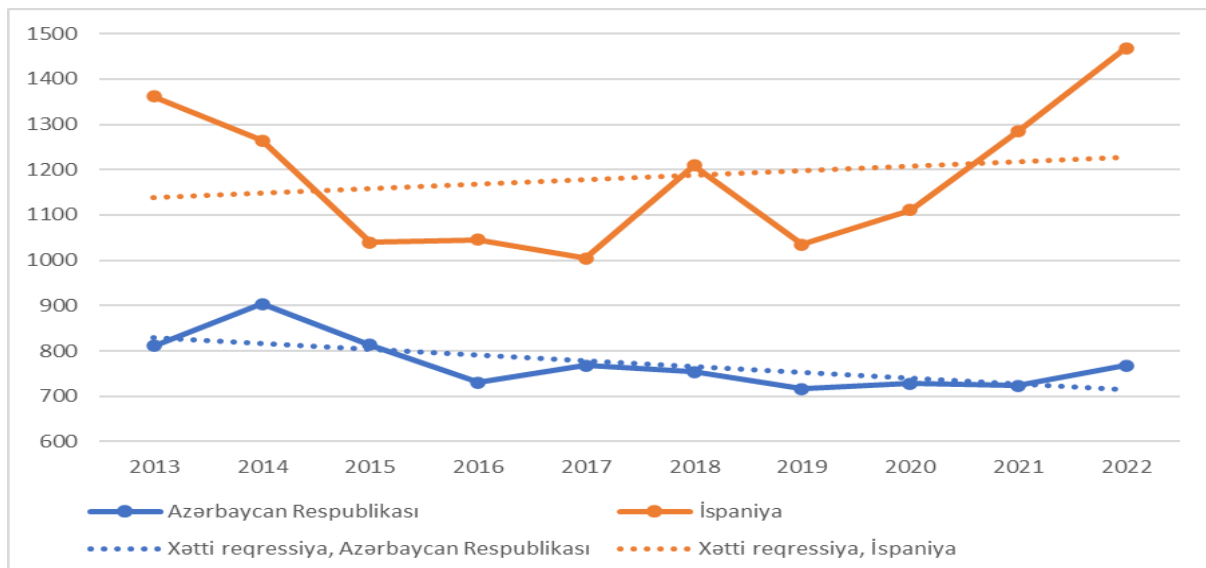
Lakin ixrac qiymətinin dinamikasına baxanda durğunluğun şahidi oluruq: Azərbaycan Respublikasında ixrac qiyməti son 10 ildə demək olar ki 0% illik artım tempi göstərir. Dünya qiyməti isə orta hesabla ildən ilə 1.4% aşağı düşür (*Diagram 10*). Bununla belə, Azərbaycan Respublikasının ixrac qiyməti orta hesabla dünya qiymətindən 30% daha ucuzdur.

Dünyada xurmanın ixrac miqdarı artmaqda olsa da (*Diagram 9*), qiyməti enən trenddədir (*Diagram 10*). Hər iki diaqramda Azərbaycan Respublikası və dünya ixrac miqdarı və qiyməti arasında müsbət korrelyasiyanın şahidi oluruq. Diaqramlarda göstərilmiş xətti reqressiyaya əsasən deyə bilərik ki, yaxın gələcəkdə istehsal və ixrac artsa da, qiymət düşməkdə davam edəcək və bu da öz növbəsində istehsalın mənfəətliliyinə mənfi təsir göstərəcək.

Önümüzdəki illərdə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə tələbatın artması hesabına beynəlxalq xurma ticarətinin artacağı gözlənilir [9]. Eyni zamanda, fraqmentasiyalı istehsal və brendləşmənin olmaması kimi problemlər digər ölkələrdə də ixraca öz təsirini göstərir [10].

Beynəlxalq ticarət mənzərəsinə nəzər yetirdikdə görürük ki, dünyanın ən böyük 2 xurma ixracatçısı Azərbaycan və İspaniyadır: bu ölkələrin cəmi ixrac miqdarı 2022-ci ildə dünya ixracının 52%-ni təşkil etmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, elə həmin il Azərbaycandan xurma ixracının miqdarı İspaniyanın müvafiq göstəricisini üstələyərək ilk dəfə 1-ci yerə çıxmışdır. Lakin ixrac qiymətinə baxdıqda Azərbaycan xurmasının qiymətinin son 10 ilin orta göstəricisi hesabı ilə 34%, 2022-ci ilin göstəricisinə əsasən isə 48% daha aşağı olduğunu görürük. İxrac miqdarı və dəyəri üzrə iki ölkənin xurma ixracında reqressiya trendlərinin yaxınlaşması müşahidə olunursa, qiymət trendləri divergensiyaya uğramağa davam edir (*Diagram 4*).

Diagram 4. Azərbaycanda və İspaniyada xurma ixracının qiyməti, ABŞ dolları ilə



Mənbə: [2] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

Avropa İttifaqında xurma idxalı son illərdə artmaqda olsa da, bu sektor bir sıra problemlərlə, o cümlədən digər meyvələrlə rəqabət, yüksək istehsal xərcləri və ciddi təchizat qaydaları ilə üzləşir

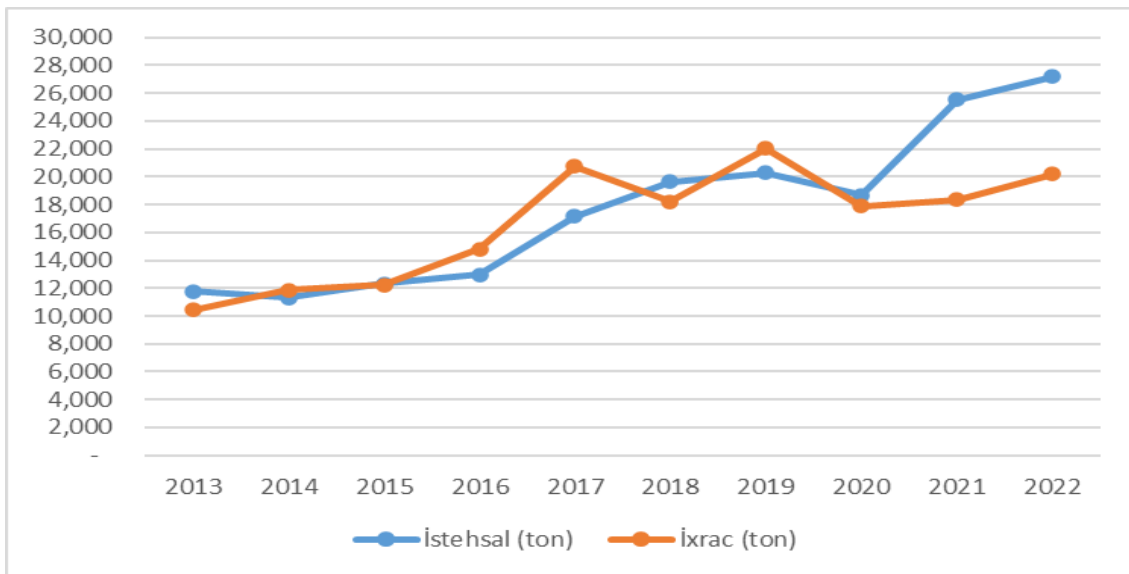
[11]. Azərbaycan və Avropada xurma qiymətlərinin artım templərini nəzərə alsaq, Avropa İttifaqına ixrac Azərbaycan fermerləri üçün çox yaxşı alternativ ola bilər.

Digər regional bazarlar da inkişaf etməkdə davam edir. Qlobal xurma bazarının böyüməsinə bir sıra amillər, o cümlədən istehlakçıların təmiz gəlirlərinin artması, xurmanın insan sağlamlığına olan faydaları haqqında məlumatlılığın artması və yeni xurma sortlarının bazara çıxarılması səbəb olmuşdur. Bununla belə, qlobal xurma istehsalında məhsul yığımından sonra işlənmə və saxlama texnologiyalarının təkmilləşdirilməsinə ehtiyac duyulur, daha güclü marketinq strategiyalarının hazırlanması da tələb olunur [12].

Fındıq

Dəyər ifadəsində 2-ci yerdə duran fındıq istehsalı və ixracı son 10 il ərzində müsbət artım dinamikası göstərməyə davam edir. Bəzi illərdə ixracın istehsaldan daha çox olması ötən ilin mal qalıqlarının növbəti ildə satılması ilə izah edilir. Ümumilikdə son 10 il ərzində fındıq istehsalında artım 109%, ixracında isə miqdar artımı 86% təşkil etmişdir. Xurma kimi fındıq da əsasən ixrac məhsuludur: istehsal edilən fındığın 3 dövrlük eksponensial orta hesabı ilə 80%-i ixrac edilir. Bununla belə, istehsal edilən ümumi məhsulun ixrac edilən payında 2020-2022-ci illərdə enmə müşahidə edilir (*Diagram 5*).

Diagram 5. Fındıq istehsalı və ixracının dinamikası, tonla



Mənbə: [1] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

Artım dinamikası, həmçinin fındığın ixrac dəyərində də əks edilib: 10 il ərzində fındıq ixracı 45 mln. ABŞ dollarından 108 mln. ABŞ dollarına kimi və ya 140% artmışdır. Dəyərin artım tempinin miqdar artımından daha sürətli getməsi qiymət artımında əks olunmuşdur: son 10 il ərzində fındığın ixrac qiyməti 29% artıb ki, bu da araşdırma üçün seçilmiş 5 məhsul arasında ən yüksək göstərici olmuşdur.

Azərbaycanın fındıq ixracının tempi, həmçinin dünya ixrac tempindən daha yüksək olmuşdur: əgər son 10 ildə ümumdünya ixracının artım tempi 1.9% olmuşdursa, Azərbaycanda bu temp orta

hesabla 6.4%-ə bərabərdir. Bununla belə, dünya ixracında Azərbaycanın fındıq ixracı payının dinamikası demək olar ki, sabit qalaraq orta hesabla 6.8% təşkil etmişdir. Bu sabitliyi vizual olaraq **Diagram 11**-də görmək olar: ixrac templərini (miqdar üzrə) gələcəyə proyeksiya edəndə, belə nəticəyə gəlmək olar ki, hazırki artım templərinin ümumdünya fındıq ixracı templərindən geri qalmaması üçün müəyyən tədbirlər görülməlidir.

Fındığın ixrac qiymətində də pozitiv artım dinamikası müşahidə olunur: orta illik qiymət artımı 2.6% təşkil edərək digər ölkələrin artım tempindən dəfələrlə çox olmuşdur. Lakin yenə də 10 ilin orta qiyməti dünya qiymətindən 12% aşağıdır.

Fındığın qiyməti dünya bazarının qiyməti ilə birbaşa korrelyasiya edir və ildən ilə bu iki qiymət bir-birinə yaxınlaşır (**Diagram 12**). Diaqramdan görüldüyü kimi, son 10 ildə dünya bazarında qiymətin enmə tendensiyası var və belə olduğu halda Azərbaycandan ixrac edilən fındığın da qiyməti çox güman ki, növbəti illərdə bu tendensiyaya uyğun hərəkət edəcək. Əlavə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, 2022-ci ildə dövlət büdcəsindən fındığın ixracına ayrılmış təşviqin 5 meyar üzərindən qiymətləndirilməsi aparılmış və belə nəticə əldə edilmişdir ki, (a. Effektivlik) təşviq vəsaiti ixracın artmasında rol oynamamışdır; (b. Uyğunluq) bu məhsula ixrac təşviqi verilmədiyi halda da 2018-2020-ci illərdə qeyri-neft sektoru üzrə ən çox ixrac olunan məhsullardan biri olacaqdı; (c. Səmərəlilik) əldə olunmuş ixrac nəticələri sərf edilmiş xərcləri doğrultmamışdır; (d. Dayanıqlılıq) ixrac miqdarı və dəyəri azaldığından təşviqin dayanıqlılığı təmin olunmamışdır, bu tədbir dayandırılmışdır; (e. Təsir) təşviq tədbiri 2018-2020-ci illərdə və ondan sonrakı ildə fındıq ixracının artmasına təsir göstərməmişdir [13].

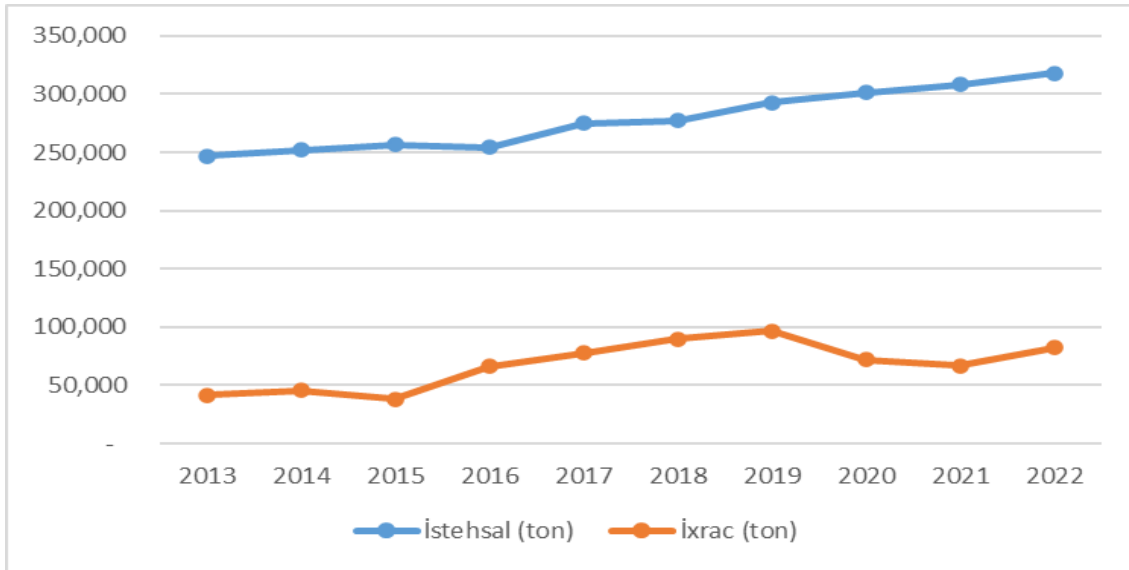
Qlobal fındıq bazarı təchizatçıların yüksək konsentrasiyası ilə xarakterizə olunur və burada Türkiyə dominant istehsalçıdır (dəyər ifadəsində dünya ixracının 58%-i bu ölkənin payına düşür). Türkiyənin fındıqçılıq sektorunun ixrac rəqabətliliyinin təsirini qiymətləndirən araşdırmaya əsasən, ixrac bazarının diversifikasiyası Türkiyə fındıq sektorunun rəqabət qabiliyyətinə müsbət təsir göstərir və ixrac bazarlarının şaxələndirilməsi Türkiyə fındıq istehsalçılarına bir bazardan asılılığını azaltmağa və ümumi ixrac göstəricilərini yaxşılaşdırmağa kömək edə bilər [14].

Beynəlxalq bazarda fındığa tələbat, xüsusilə inkişaf etməkdə olan bazarlarda emal olunmuş fındıq məhsullarının istehlakının və qida məhsullarının emalında istifadəsinin artması ilə şərtlənir [15]. Bundan əlavə, fındıq sektoru bir sıra iqtisadi və ekoloji dayanıqlılıq problemləri ilə, o cümlədən iqlim dəyişikliyi, su qıtlığı, zərərvericilər və xəstəliklərin yayılması ilə üzləşir. Bu problemlər sektorun uzunmüddətli dayanıqlılıq qabiliyyətinə birbaşa təsir göstərir və həlli üçün innovativ həllər tələb edir [16].

Alma

Alma ixracı miqdarına görə 2-ci, dəyərinə görə isə 3-cü yerdə olsa da, istehsal miqdarına görə həcmi digər 4 məhsulun cəmindən daha çoxdur. İstehsal edilən almanın orta hesabla yalnız 25%-i ixrac edilir. İstehsal/ixrac nisbəti 2018-2019-cu illərdə pik nöqtəyə çatmış, lakin sonra aşağıya doğru hərəkət etmişdir. Bunu vizual olaraq **Diagram 6**-da görmək olar: istehsal və ixrac ümumilikdə müsbət trenddə olsa da, istehsal ixracı qabaqlamaqdadır. Bunun səbəblərindən biri son illər daxili bazarda təşkilatlanmış riteyl (zəncir mağazalar) satış şəbəkələrinin formalaşması və inkişafıdır. Məlumdur ki, ixraca gedən məhsulun böyük hissəsi əla və 1-ci sort məhsullardır. Riteyl şəbəkələrinin inkişafı isə kənd təsərrüfatı məhsullarına olan tələbatı həm artırmış, həm də keyfiyyət standartlarını qaldırmışdır.

Diagram 6. Alma istehsalı və ixracının dinamikası, tonla



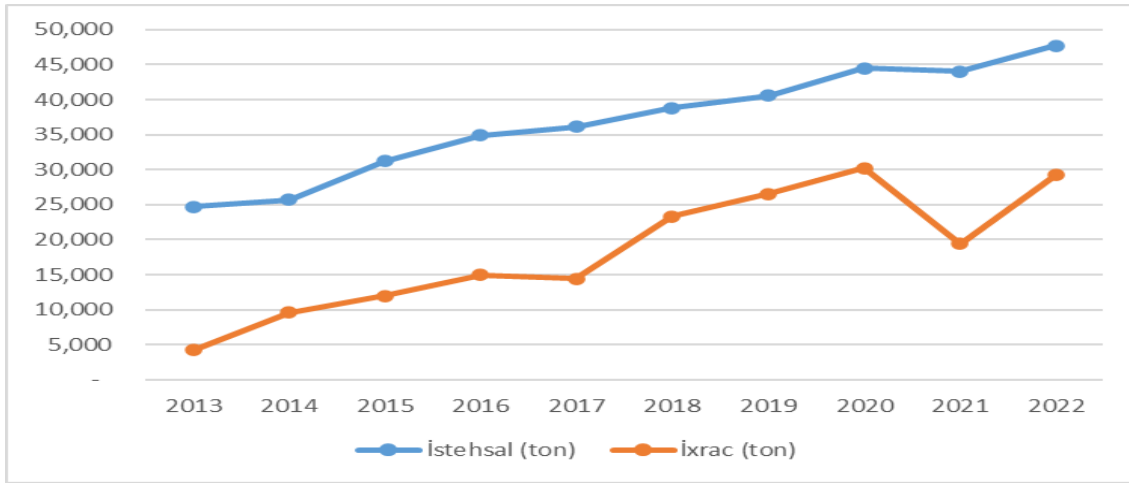
Mənbə: [1] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

Artım göstəricilərinə baxsaq (yenə də 3 dövrlük eksponensial orta ilə), son 10 ildə almanın istehsalı 25%, ixrac həcmi 87%, ixrac dəyəri 130%, qiyməti isə 23% artmışdır. İxrac həcmi və dəyərinin daha sürətli tempə artması son illərdə yeni intensiv alma bağlarının salınması ilə izah edilir. Qiymət artımı dinamikasının pozitiv olmasını (orta hesabla illik 2.1%) onun dünya qiymətindən xeyli (37%) aşağı olması ilə əlaqələndirmək olar. Qiymətin dünya bazarındakı orta qiymətə yaxınlaşması ilə Azərbaycandan ixrac miqdarının artım tempi dünya artım tempini üstələyə bilər.

Beynəlxalq alma ticarətində qiymət və miqdar arasındakı korrelyasiya uzunmüddətli perspektivdə mənfidir və ümumilikdə aşağı qiymətlərin daha yüksək ixrac həcminə səbəb olduğunu göstərir. Lakin qısamüddətli vaxt kəsiyində qiymət-miqdar bağlılığı daha mürəkkəbdir və spesifik bazar şəraitindən və tələb-təklif dinamikasından asılı olaraq dəyişir [5]. Digər araşdırmaya görə, qiymət ixracda rəqabətliyin əhəmiyyətli determinantı olsa da, məhsulun keyfiyyəti, effektiv marketinq strategiyaları və səmərəli logistika kimi digər amillər də satışda eyni dərəcədə mühüm rol oynayır və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracının rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün həm qiymət, həm də qeyri-qiymət amillərini nəzərə alan vahid yanaşma tətbiq edilməlidir [18].

Gilas

Araşdırılan 5 məhsuldan ən güclü ixrac artımı göstərən məhsul gilasa olmuşdur: 10 il ərzində ixrac miqdarı 520%, ixrac dəyəri isə 440% artmışdır (*Cədvəl 1*). Göstərilən dövrdə istehsal yalnız 83% (*Diagram 7*) artım göstərmişdir. Bar verən yaşda olan və cəmi meyvə bağlarının sahəsinin statistikasından bəlli olur ki, son 10 ildə bağ sahələri müvafiq olaraq 84% və 115% artmışdır [1]. Bağ sahələrinin artımı ilə ixrac həcmnin artımı arasındakı kəskin fərqi bir tərəfdən son illər yeni salınan bağların intensiv bağçılıq texnologiyası əsasında qurulması, digər tərəfdən də bu yeni bağlarda ixracyönlü növlərin istehsalı ilə izah etmək olar (ixracın re-eksport hesabına artmasını yoxlamaq üçün idxal üzrə statistik məlumatlar nəzərdən keçirilmiş və bu versiya istisna edilmişdir: son 10 il ərzində idxal və müvəqqəti idxal üzrə rəqəmlər ixraca təsir etməyəcək qədər cüzi olmuşdur [2]).

Diagram 7. Gilas istehsalı və ixracının dinamikası, tonla

Mənbə: [1] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmış və hazırlanmışdır.

Bu artım fərqi, həmçinin ixrac miqdarının cəmi istehsal miqdarına olan nisbətində də öz təsdiqini tapmışdır: son 10 ildə ixracın istehsaldakı payı 17%-dən orta hesabla 57%-ə qədər və ya 3.4 dəfə artmışdır. Bununla belə Azərbaycandan ixrac edilən giləsin ümumdünya ixracındakı payı araşdırılan onilliyin əvvəllərində kəskin artmış, lakin son 6 ildə demək olar ki, sabit olaraq 3% civarında qalmışdır; eyni zamanda, dünyada giləyə tələbatın artması digər meyvələrlə müqayisədə daha çox olmuşdur (*Cədvəl 1*).

Gilə ixracının orta illik artım tempi də dünya artım tempindən demək olar ki, 2 dəfə yüksək olmuşdur (*Cədvəl 1*). Digər tərəfdən, dövr ərzində ixrac qiyməti azalma tendensiyası ilə davam etmişdir və orta hesabla illik -1.3% təşkil etmişdir. Eyni zamanda, dünyada giləsin qiyməti nisbətən sabit qalmış, artım və ya azalma göstərməmişdir. Bununla belə, Azərbaycandan ixrac edilən gilə orta hesabla dünya qiymətindən 68% daha ucuz satılmış və beləliklə meyvələr arasında dünya qiyməti ilə nisbətdə ən ucuz satılan meyvə olmuşdur.

Giləsin ixrac miqdarının tendensiyasını nəzərə alsaq, yaxın gələcəkdə Azərbaycandan gilə ixracının dünya ixracını üstələyən tempə davam edəcəyini proqnozlaşdırmaq mümkündür. Lakin ilk baxışdan qiymətin dünya qiyməti ilə kəskin fərq etməsi burada qiymət artımına imkan olmasına işarə etsə də, son 10 ilin qiymət dinamikasını gələcəyə proyeksiya edəndə, əlavə dəstək tədbirləri görülmədiyi təqdirdə qiymətin ən yaxşı halda sabit qalacağı gözlənilir.

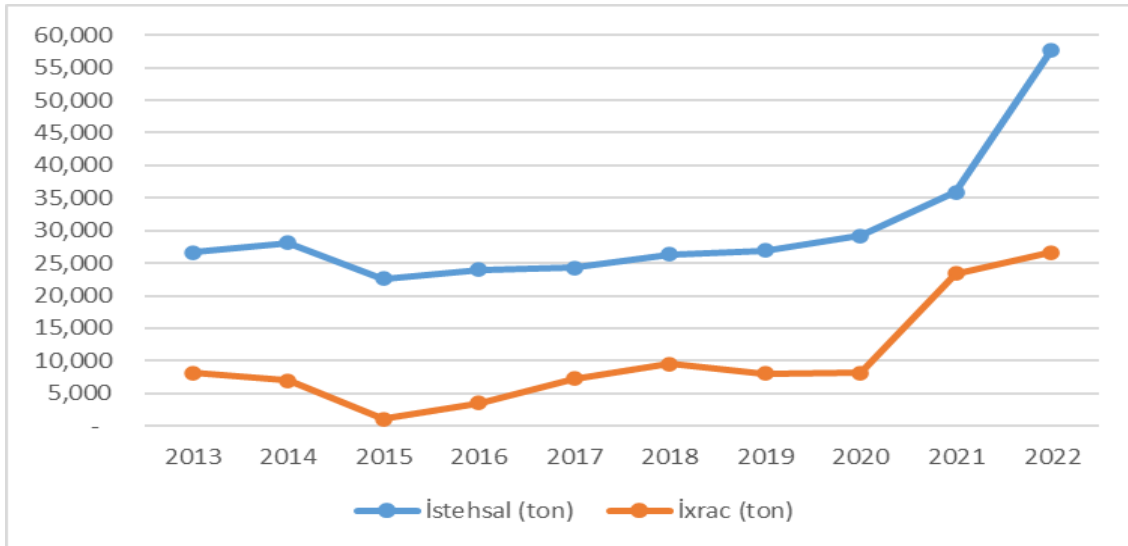
2016-cı ildə aparılmış araşdırmaya əsasən, istehlakçıların gəlir səviyyəsi giləsin istehlak zənbilindəki yerini birbaşa müəyyənləşdirir. Bundan başqa, ticarətin liberallaşdırılması ümumilikdə beynəlxalq gilə ticarətinə yeni imkanlar yaratsa da, bəzi mənfi nəticələrə səbəb olmuşdur: az sayda olan iri gilə ixracatçıları arasında güc konsentrasiyasının artması kiçik istehsalçıların fəaliyyətinə mənfi təsir göstərmişdir [19].

Şaftalı

Şaftalı istehsalı da digər 4 meyvə kimi son 10 ildə artmaqdadır və ümumi artımı 68% təşkil etmişdir (*Diagram 8*). İxrac miqdarının artımı öz növbəsində 10 il ərzində 161%, orta illik artım

tempi isə orta hesabla 10% təşkil etmişdir (*Cədvəl 1*). İxracın artımı təkcə istehsalın artımı hesabına deyil, həmçinin ixrac payının artması hesabına baş tutmuşdur (*Diagram 8*).

Diagram 8. Şaftalı istehsalı və ixracının dinamikası, tonla



Mənbə: [1] əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

Bununla bərabər, şaftalının ixrac dəyəri 10 il ərzində 174% yüksələrək demək olar ki, miqdar artımı ilə paralel getmişdir. Şaftalının qiyməti digər meyvələrdən daha aşağı volatillik göstərərək çox cüzi müsbət artım tempi (0.4%) nümayiş etdirmişdir. Dünyada isə şaftalının qiymət volatilliyi daha yüksək olmuşdur. Dünyada və Azərbaycandan ixrac edilən şaftalının qiyməti arasındakı fərq orta hesabla 12% təşkil etmişdir.

Şaftalı ixracında önəmli yer tutan Yunanıstanın ixracını tədqiq edən araşdırmaya əsasən, istehsal xərcləri və keyfiyyət standartları kimi ölkədaxili amillər şaftalının qeyri-Avropa İttifaqı ölkələrinə ixracının əsas determinantıdır, Avropa İttifaqı ölkələrinə isə şaftalı ixracında əsasən tariflər və valyuta məzənnələri kimi xarici amillər daha mühüm rol oynayır [20]. İxrac coğrafiyalarını şaxələndirmək fikrində olan Azərbaycan istehsalçıları da bu məsələyə diqqət yetirməlidirlər.

Nəticə

Ümumdünya rəqəmlərinə baxdıqda bəlli olur ki, 5 məhsuldan yalnız biri – gilə miqdar və dəyər aspektindən sabit artım dinamikası göstərir. Qiymət baxımından isə bu məhsul da son 10 il ərzində demək olar ki, eyni səviyyədə qalıb.

Araşdırmalar göstərir ki, əksər kənd təsərrüfatı məhsulları üçün qiymət və miqdar arasında uzunmüddətli mənfi korrelyasiya var və bu, qiymətlərin aşağı salınmasının ixrac həcmünün artmasına səbəb olması ilə nəticələnir. Bununla belə, qısamüddətli korrelyasiyalar daha mürəkkəbdir və məhsuldan məhsula dəyişir [5]. Digər araşdırmalara əsasən, kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracında qiymət-miqdar korrelyasiyasına dair nəticələr qarışıqdır: bəzi tədqiqatlar qiymət və miqdar arasında güclü mənfi korrelyasiya, digərləri isə daha zəif və hətta müsbət korrelyasiya tapır. Bu tədqiqatları icmal edən müəlliflər belə nəticəyə gəlirlər ki, qiymət-miqdar asılılığı mürəkkəbdir və müxtəlif amillərdən, o cümlədən konkret məhsuldan, bazardan və zamandan asılıdır [6].

Azərbaycan iqtisadiyyatını əsasən neft iqtisadiyyatı kimi səciyyələndirsək, neft və qeyri-neft məhsullarının ixracının korrelyasiyasına nəzər yetirməliyik. Bu baxımdan nəticələrimiz digər araşdırma nəticələri ilə uyğun gəlir. Belə ki, 2000-2014-cü illərdə neft iqtisadiyyatlı ölkələrin əksəriyyətində əhalinin hər nəfərinə düşən qeyri-neft məhsulları ixracının dəyərinin artımı orta dünya göstəricisini qabaqlamışdır, lakin bu, neft amilinin şaxələndirilmiş ixrac potensialının formalaşmasına birmənalı olaraq mənfi və ya müsbət təsir göstərməsi barədə söz deməyə imkan vermir [3].

Yerli istehsalın itirilmiş imkan xərclərinin onun yaratdığı əlavə dəyərə olan nisbətini ölçən Daxili Resurs Dəyərinin (DRD) əmsalı fərqli istehsal sistemlərinin rəqabət qabiliyyətini müqayisə etmək və alternativ fəaliyyətlərin müqayisəli üstünlüyünü qiymətləndirmək üçün faydalı hesab edilir [7]. DRD əmsalı 1-dən aşağı olduğu halda ölkənin həmin mal üzrə rəqabətli üstünlüyünün olması anlamına gəlir. Bu metodologiyaya əsaslanan tədqiqat nəticəsində təsdiqlənmişdir ki, Azərbaycanın meyvəçilik sektoru dünya bazarında rəqabət qabiliyyətlidir: xurma ixracında DRD əmsalı 0.690, fındıq ixracında 0.370, alma ixracında 0.206 təşkil etmişdir. Hesablamalara əsasən bu məhsulların qısamüddətli dövrdə rəqabətli qalacağı proqnoz edilmişdir [8]. Gözlənilir ki, fındıq və xurma istehsalının artırılması qurudulmuş və dondurulmuş meyvə-tərəvəz istehsalının artırılması ilə bərabər kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə ixracın strukturunun diversifikasiyasına müsbət təsir göstərəcək [4].

Bütün digər şərtlərin, o cümlədən istehsalın artım tempinin eyni qalacağı təqdirdə məlumatları araşdırılan məhsulların yaxın perspektivdə Azərbaycan Respublikasında istehsalı və ixracı tendensiyasının artma istiqamətində davam edəcəyini ehtimal etmək olar.

Ümumi nəticələr əsasında aşağıdakı tövsiyələri irəli sürmək mümkündür:

a. Artan istehsal və sabit qalan (bəzi hallarda isə enən) qiymətlər şəraitində Azərbaycanın daxilində emal potensialının artırılması prioritet məsələ olmalıdır. Bu sahədə artıq ciddi əməli addımlar atılmışdır: “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair” Strateji Yol Xəritəsi hazırlanmış və icra edilmiş, Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, Aqrar Kredit və İnkişaf Agentliyi vasitəsilə subsidiyaların, güzəştli avadanlıq kreditlərinin verilməsi təmin olunmuşdur. Bu işlərin gələcəkdə də davam etdirilməsi, yeni dəstək proqramlarının həyata keçirilməsi məqsəda uyğun hesab edilir.

b. Məhsulların gələcəkdə qiymət rəqabətliliyini saxlamaq üçün istehsal xərclərinin azaldılmasının davam etdirilməsi zəruridir. Ölkədə son illər salınan və daha yüksək əmsalla subsidiyalaşdırılan yeni bağlar əsasən intensiv və superintensiv bağlardır. Bununla bərabər, xərclərin azaldılmasına yönələn digər fəaliyyətlərin də təşviq edilməsinə, o cümlədən su, gübrə və pestisidlərdən istifadənin optimallaşdırılmasına, məhsul yığımı proseslərinin yaxşılaşdırılmasına, kooperativ fəaliyyətin təşkili ilə bağlı təşviq mexanizmlərinin tətbiqinə ehtiyac vardır.

c. Məhsul yığımından sonrakı texnologiyanın tətbiqinin genişləndirilməsi itkiləri minimuma endirmək, səmərəliliyi artırmaq və yığılmış meyvələrin saxlama müddətini artırmaqla kənd təsərrüfatında xərclərin azaldılmasına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verə bilər. Yetişmə prosesini yavaşlatmağa və rəf ömrünü uzatmağa kömək edən “modifikasiya edilmiş atmosfer paketləməsi” (Modified Atmosphere Packaging (MAP)), avtomatik çeşidləyici avadanlıq, keyfiyyətə nəzarət sensorları kimi texnologiyanın daha geniş tətbiqi, soyuducu anbarların təkmilləşdirilməsi sahələrində təşviqin davam etdirilməsi zəruridir.

d. Təchizat zəncirlərinin və zəncir boyu koordinasiyanın təkmilləşdirilməsi vasitəsilə bazarın tələbatına daha effektiv şəkildə cavab vermək mümkündür. Bu sahədə müxtəlif tədbirlərin icra edilməsi, o cümlədən bağdan satış nöqtəsinə qədər məhsulun izlənilməsini təmin edən “əşyaların interneti” (IoT) proqram təminatı və avadanlıqla təchiz edilmə, istehsal, distribüsiya və anbar məlumatlarının müntəzəm təhlili vasitəsilə tələb və təkliflə bağlı proqnozlaşdırma, risklərin idarə edilməsi çərçivəsində gözlənilməz vəziyyətlər üçün əlavə planların hazırlanması əhəmiyyətli hesab edilir.

e. Gələcək istehlak trendlərinə hazır olmaq üçün kənd təsərrüfatı sahəsində investisiyanın şaxələndirilməsinə zərurət yaranır. Bu məqsədlə ümumdünya aqrar və ərzaq bazarındakı trendlər, o cümlədən istehlakçıların istəklərinin dəyişməsi haqqında məlumatların daim öyrənilməsi, yeni imkanların müəyyən edilməsi, bu yeni tələbləri potensial olaraq qarşılamaq üçün investisiyanın səmərəliliyinin tədqiq edilməsi məqsədəuyğundur.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, <https://stat.gov.az/source/agriculture/>
2. BMT-nin İqtisadi və Sosial Məsələlər üzrə departamentinin ticarət statistikasısı <https://comtradeplus.un.org/TradeFlow>
3. Xəlilov H.A. Neft iqtisadiyyatlarında qeyri-neft ixracı: potensialın formalaşması və inkişafının əsas amilləri. Azərbaycanın İqtisadi və Sosial Araşdırmalar Jurnalı, N3 2017. <https://oaji.net/articles/2017/1790-1512537689.pdf>
4. Fikrətzadə F.F. Rusiya-Ukrayna münaqişəsindən irəli gələn çağırışlar fonunda Azərbaycanın kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə təminatının gücləndirilməsi və ixrac bazarlarının diversifikasiya məsələləri. “İqtisadi islahatlar” elmi-analitik jurnalı, № 2 (3) 2022. <https://journal.ereforms.org/az/article/25/2022-2-3>
5. Hertel T.W., Ivanic M., and Masters W.D. (2008). The Relationship Between Agricultural Export Prices and Export Quantities: A Dynamic Panel Data Analysis. American Journal of Agricultural Economics.
6. Anderson R.W., Beghin J.C., and Bale M.E. (2009). The Price-Quantity Relationship in Agricultural Exports: A Review of the Literature.
7. Monke, E.A., Pearson, S.R. (1989): The Policy Analysis Matrix for Agricultural Development. Ithaca, Cornell University Press.
8. Hüseyn R., Şalbuşov N. The International Competitiveness of Azerbaijani Horticulture. “Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı” Elmi-Praktik Jurnalı, № 2 (32), Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, Bakı, 2020. <https://agroecconomics.az/az/article/18/azerbaycanin-bitkicilik-mehsullarinin-beynelxalq-r/>
9. Production and Trade of Persimmon Fruits in the World. FAO. 2023.
10. Chen Y., Wang Y., and Li S. (2022). Persimmon Trade and Market Potential in China.
11. Galan-Carrillo M., Martinez-Valero J.C., and Chiriboga-Castaño V. (2022). Persimmon Trade in the European Union.
12. D'Amore F., Iacovelli A., and Sannino P. (2021). Persimmon in Global Markets: Evolution of Production, Trade and Consumption.

13. Hüseyn R. Azərbaycanda qabığı təmizlənmiş meşə fındığının ixracının təşviqi tədbirlərinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi. “Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı” Elmi-Praktik Jurnalı, № 2 (40), Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, Bakı, 2022.
<https://agroecomomics.az/az/article/2032/azerbaycanda-qabigi-temizlenmis-mese-findiginin-ix/>
14. Akça M., Can M., and Ali M. (2021). Impact of Export Market Diversification on Export Competitiveness: Empirical Evidence from the Turkish Hazelnut Industry. *Journal of International Trade and Economic Development*.
15. Nogueira N., Martins P., and Pereira A.A. (2021). The Global Hazelnut Market: Drivers of Supply and Demand. *Journal of Agricultural Economics*.
16. Ocak F., Özdemir Ö., and Gökmen A. (2020). The Sustainability of the Hazelnut Industry. *Journal of Sustainable Agriculture*.
17. Azərbaycan Respublikasının əsas makroiqtisadi göstəriciləri:
<https://uploads.cbar.az/assets/1d0a69be07e86ab0480469326.xlsx>
18. Beghin J.C. and Bale M.E. (2016). The Role of Price and Non-Price Factors in Agricultural Export Competitiveness: A Case Study of the United States. *Journal of Applied Economic Perspectives and Policy*.
19. Moschini G., Orden D., and Tomasi D. (2016). The Economics of Cherry Production and Trade. *Journal of Annual Review of Resource Economics*.
20. Lougheedas A., Goudis A., and Petropoulos I. (2016). Determinants of Peach Exports from Greece: an Econometric Analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*.

Y.M. Akhundov

Ph.D. student of the Agricultural Research Center

**Export trends of the fruit growing sector in the Republic of Azerbaijan:
a comparative analysis**

Abstract

The article analyzes 5 main fruits exported from the Republic of Azerbaijan (persimmons, hazelnuts, apples, cherries, and peaches) in terms of export quantity, value and price for the years of 2013-2022. The general export trends of those products on a global scale were determined and comparisons were conducted. As a result of the analysis, forecasts were made on the export trend of 5 products. It is shown that the trend of production and export of the investigated products in the Republic of Azerbaijan will continue to grow in the next 5 years; in terms of prices, although the expected overall dynamics is positive, their growth rate will continue with a weakening trend. At the same time, recommendations for producers and policy makers were put forward under the conditions of increasing export quantity and stable export prices.

Keywords: *fruit export analysis, export diversification, production and export in fruit growing, export forecast, export prices of fruits.*

Ю.М. Ахундов
Диссертант Центра аграрных исследований

**Тенденции экспорта сектора плодоводства в Азербайджанской Республике:
сравнительный анализ**

Резюме

В статье анализируются тенденции экспорта 5 основных продуктов плодоводства, экспортируемых из Азербайджанской Республики (хурма, фундук, яблоки, черешня и персики) с точки зрения количества, стоимости и цены за 2013-2022 годы. Были определены общие тенденции экспорта рассматриваемой продукции в мировом масштабе и проведены сравнения. В результате анализа были сделаны прогнозы по динамике экспорта 5 продуктов. Показано, что тенденция производства и экспорта исследуемой продукции в Азербайджанской Республике продолжит расти в ближайшие 5 лет; что касается цен, то, хотя ожидаемая общая динамика положительная, темпы их роста продолжатся с тенденцией к ослаблению. В то же время были выдвинуты рекомендации для производителей и регулирующих органов в условиях увеличения объемов экспорта и остающихся стабильными экспортных цен.

Ключевые слова: *анализ экспорта фруктов, диверсификация экспорта, производство и экспорт в плодоводстве, прогноз экспорта, экспортные цены на фрукты.*