



Azerbaijani Journal of Economics and Social Studies

Number 2, Volume 1, 2015

İXRACIN DİVERSİFİKASİYASI VƏ QEYRİ-NEFT İXRACININ ARTIRILMASINDA İXRACATÇI BİRLİKLƏRİNİN ROLU

İmamverdiyeva Sevda Şakir qızı

İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutunun doktorantı

sevdaimamverdiyeva@gmail.com

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan Respublikasının qeyri-neft sektoru üzrə idxal-ixracın mövcud vəziyyəti təhlil edilmiş və qiymətləndirilmişdir. Qeyri-neft sektorunun ümumi ixracda payının az olması bu sektorun kifayət qədər problemlərlə qarşı-qarşıya qalmasının işarəsidir. Ölkə iqtisadiyyatında qeyri-neft sektoru yüksək ixrac potensialına sahib olmasına baxmayaraq, ümumi ixracda çox kiçik paya sahibdir. Məhz məqalədə bunun səbəbləri araşdırılmış, bu sahədə mütərəqqi dünya təcrübəsi öyrənilərək ölkəmiz üçün müvafiq təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: İxracatçı Birlikləri, İxracatçılar klubu, qeyri-neft ixracı, ixrac potensialı, Azpromo.

Azərbaycan Respublikası öz müstəqilliyini əldə etdikdən sonra, iqtisadiyyatın bütün sahələrində olduğu kimi xarici ticarətdə də tənəzzül müşahidə edilmiş, keçmiş SSRİ dövründə mövcud olan ticarət əlaqələri tamamilə dayanmış, yeni əlaqələr isə formalaşmamışdır. Yalnız 1995-ci ildən xarici ticarətdə canlanma müşahidə edilməyə başlamış, nəticədə xarici ticarət dövriyyəsi, o cümlədən idxal və ixrac əməliyyatlarının həcmi əhəmiyyətli şəkildə artmışdır (1).

Həç şübhəsiz xarici ticarətdə baş verən bu tənəzzül yerli istehsalın böhran vəziyyətində olmasından, istehsalın xammal və yarımfabrikatlarla təminatında baş vermiş problemlərdən qaynaqlanmışdır. Belə ki, ölkədə əsas istehsal müəssisələri öz fəaliyyətini ya dayandırmış, ya da çox cüzi şəkildə istehsal ilə məşğul olmuşlar. Bütün bunlar nəinki ixracı, hətta yerli istehsalı belə ödəmir, ilbəl idxalın həcmində artım qeydə alınır.

Lakin, 1995-ci ildən başlayaraq aparılan uğurlu iqtisadi siyasət nəticəsində yerli istehsal davamlı olaraq artmış, ölkədə siyasi sabillik bərpa olunmuş, iqtisadiyyata xarici investisiya qoyuluşları sürətlə artmış, beləliklə də dayanıqlı iqtisadi inkişaf təmin edilmişdir. Nəticədə 2013-cü ildə Azərbaycan Respublikasında ümumi ÜDM istehsalı 73,6 milyard ABŞ dolları, qeyri-neft sektorunda isə 38,2 milyard ABŞ dolları olmuşdur. Sözügedən dövrdə xarici ticarət dövriyyəsi 34,7 milyard ABŞ dolları, o cümlədən idxal 10,7 milyard ABŞ dolları, ixrac isə 24,0 milyard ABŞ dolları olmuşdur. Lakin, araşdırmalar göstərir ki, 2013-cü ildə Azərbaycanda qeyri-neft ixracı o qədər də çox olmamış - təqribən 1,7 milyard ABŞ dolları və ya ümumi ixracın 7,1%-ni təşkil etmişdir (1, 3).

Göründüyü kimi, ümumi ixracda neft sektorunun payı kifayət qədər böyük olmuş (92,9%) və son illər qeyri-neft ixracının həcmnin artırılması baxımından silsilə tədbirlər həyata keçirilsə

də ciddi dəyişikliklərə nail olmaq mümkün olmamışdır. Bununla yanaşı, onu da qeyd etməliyik ki, ixracın həm əmtəə strukturunun həm də coğrafiyasının diversifikasiyası kifayət qədər təkmilləşdirilmişdir. Belə ki, 2003-cü ildə 1218 adda mal ixrac edilirdisə, 2014-cü ildə bu göstərici 2151-ə, xarici ticarət tərəfdaşlarının sayı isə müvafiq olaraq 126-dan 150-ə yüksəlmişdir (1, 2).

Təhlillər göstərir ki, 2013-cü ildə Azərbaycanda qeyri-neft sektoru üzrə ixracın ÜDM –də payı 2,3% təşkil etmişdir. Onu da qeyd edək ki, analoji göstərici Portuqaliyada 24,9%, Türkiyədə 17,7%, Çində 23,6%, Rusiyada 8,1%, Qazaxıstanda 8,9%, Gürcüstanda 17,7%, Belarusda 35,3% olmuşdur (1, 3 və 4).

Bəs Azərbaycanda qeyri-neft sektoru üzrə kifayət qədər ixrac potensialına malik məhsulların olmasına baxmayaraq bu məhsulların ixracı niyə həyata keçirilməmişdir? Fikrimizcə, bunun əsas səbəbi ixracatçıların təşkilati səviyyəsinin yetərli olmamasıdır. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən ixracatçıların təşkilati səviyyəsinin yüksəldilməsi, xarici bazarlarda qarşılaşdıqları problemlərin həlli, bilik və bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi və s. istiqamətlərdə mövcud problemlərin aradan qaldırılması məqsədilə müvafiq təkliflərin hazırlanması üçün bu sahədə bir sıra ölkələrin təcrübəsinin öyrənilməsi zəruridir.

Hindistan təcrübəsi. Hindistanda İxracatçı Təşkilatlar Federasiyası (HİTF) ən yuxarı ixrac təşkilatlanması səviyyəsidir. Belə ki, Hindistanda bütün ixracatçı təşkilatlar bu Federasiyanın üzvüdür və bu təşkilata üzvlük haqqı ödəyirlər. Üzvlük haqqı illik 6250 Rupidən (təqribən 100 ABŞ dolları) 93750 Rupiyədək (1500 ABŞ dolları) dəyişir və ixracatçı təşkilatlarla yanaşı, ixracatçı fiziki şəxslər, ixracla məşğul olan dövlət təşkilatları, xidmət təminatçıləri, ticarət evləri, ticarət palataları və s. HİTF-nin üzvü ola bilər (5).

1965-ci ildə qurulmuş HİTF hazırda bir neçə istiqamət üzrə ixracatçılara dəstək göstərməkdədir. Belə dəstək tədbirlərinə üzvlər üçün müxtəlif mövzularda seminarların, müxtəlif dil kurslarının təşkil edilməsi, ticarət missiyalarının təşkili, Hindistanda səfərdə olan xarici nümayəndə heyətləri ilə işgüzar görüşlərin təşkili, xarici ölkələrdə təşkil olunan sərgi, yarmarka və biznes forumlarda iştirakın təmin edilməsi, bazar tədqiqatlarının həyata keçirilməsi və s. misal göstərmək olar (5).

Banqladeş təcrübəsi. Banqladeşdə isə ixracatçılar təşkilati olaraq müxtəlif məhsullar üzrə ixracatçı assosiasiyaları ilə fəaliyyət göstərir. Belə assosiasiyalara Banqladeş Dəri Məmulatları və Ayaqqabı İxracatçıları Assosiasiyası, Banqladeş Dondurulmuş Ərzaq Emalçıları və İxracatçıları Assosiasiyası, Banqladeş Trikotaj Emalçıları və İxracatçıları Assosiasiyası və s. misal göstərmək olar. Onu da qeyd edək ki, Banqladeşdə də İxracatçı Assosiasiyaları demək olar ki, beynəlxalq təcrübədə ixracatçı təşkilatların gördükləri işləri həyata keçirir. Belə tədbirlərə seminar, işçi görüşlər, sərgi və yarmarkalarda iştirakın dəstəklənməsi və s (6 və 7) aiddir.

Almaniya təcrübəsi. Almaniya müxtəlif sektorlar üzrə ixracatçı birlikləri fəaliyyət göstərməkdədir. Məsələn, Almaniya Süd və Süd Məhsulları İxracatçıları Birliyi. Bu birliyə 80 analoji sahədə fəaliyyət göstərən müəssisə üzvdür və Almaniya üzrə ixrac olunan ümumi süd və emalı məhsullarının 90%-i bu müəssisələrin payına düşür. Qeyd edək ki, Almaniya Süd və Süd Məhsulları İxracatçıları Birliyi və əlavə 9 İxracatçı Birlikləri Almaniya Ərzaq və Aqrar

76 | Sevda İmamverdiyeva. İxracın diversifikasiyası və qeyri-neft ixracının artırılmasında İxracatçı Birliklərinin rolu

Məhsullar İxracatçıları Assosiasiyasını formalaşdırır. Bu Federasiyaya üzv olan İxracatçı Birlikləri aşağıdakı sahələrlə bağlıdır (8 və 9):

- Süd və Süd Məhsulları;
- Ət və Ət Məhsulları;
- Şirniyyat;
- Pivə;
- Meyvə-tərəvəz;
- Şərab;
- Kənd Təsərrüfatı Maşınları;
- Canlı Heyvanlar;
- Canlı Bitki;
- Digər.

Türkiyə təcrübəsi. Türkiyədə ixracatçı təşkilatların ən yuxarı səviyyəsi Türkiyə İxracatçıları Məclisidir. Bu Təşkilatın və ona tabe olan İxracatçı Birliklərinin fəaliyyəti 18.6.2009-cu il tarixli 5910 nömrəli (TİM və İB quruluşu və vəzifələri haqqında) Qanunla (bundan sonra Qanun) tənzimlənir. Bu Qanuna əsasən TİM-in vəzifələri aşağıdakılardır (10):

1. İxracatçıları ölkədə və xaricdə təmsil etmək;
2. İxracatçı Birlikləri arasında koordinasiya və həmrəyliyi təmin etmək;
3. İxracatçıların və siyasət tədbirlərinin müəyyənləşdirilməsində iştirak etmək və bu hədəflərə çatmaq məqsədilə müvafiq işləri həyata keçirmək;
4. Xarici ticarətlə əlaqədar müxtəlif mövzularda hökumət və qeyri-hökumət Təşkilatları ilə birlikdə tədqiqatlar həyata keçirmək.

TİM çərçivəsində fəaliyyət göstərən ixracatçı birlikləri bunlardır (10):

• **Regionlar üzrə ixracatçı birlikləri:**

1. *Aralıq dənizi İxracatçı Birlikləri* (www.akib.org.tr);
2. *Qərbi Aralıq dənizi İxracatçı Birlikləri* (www.baib.gov.tr);
3. *Şərqi Anadolu İxracatçı Birlikləri* (www.daib.org.tr);
4. *Mərkəzi Anadolu İxracatçı Birlikləri* (www.oaib.org.tr);
5. *Cənub-Şərqi Anadolu İxracatçı Birlikləri* (Birlikləri (www.gaib.org.tr);
6. *Qara dəniz İxracatçı Birlikləri* (www.kib.org.tr);
7. *Şərqi Qara dəniz İxracatçı Birlikləri* (www.dkib.org.tr);
8. *Ege İxracatçı Birlikləri* (www.egebirlilik.org.tr);
9. *Dənizli İxracatçı Birlikləri* (www.denib.org.tr);
10. *İstanbul İxracatçı Birlikləri* (Birlikləri (www.iib.org.tr);
11. *Uludağ İxracatçı Birlikləri* (www.uib.org.tr).

• **Mallar üzrə ixracatçı birlikləri:**

1. *İstanbul Mədən və Metal İxracatçı Birliyi* (www.immib.org.tr);
2. *İstanbul Trikotaj və Geyim İxracatçı Birliyi* (www.itkib.org.tr).

Onu da qeyd etmək ki, Türkiyədə konkret məhsullar üzrə müstəqil fəaliyyət göstərən ixracatçı birlikləri ilə yanaşı regional ixracatçı birliklərinin tərkibində də məhsullar üzrə ixracatçı birlikləri fəaliyyət göstərməkdədir. Məsələn, *İstanbul Mədən və Metal İxracatçı Birliyi*

77 | Sevdə İmamverdiyeva. İxracatın diversifikasiyası və qeyri-neft ixracatının artırılmasında İxracatçı Birliklərinin rolu

və İstanbul Trikotaj və Geyim İxracatçı Birliyi ilə yanaşı İstanbul Regional İxracatçı Birliklərinin tərkibində 7 məhsul üzrə ixracatçı birliklər mövcuddur. Bunlar aşağıdakılardır (11):

1. Yaş Meyvə Tərəvəz İxracatçıları Birliyi;
2. Su və Heyvan Məhsulları İxracatçıları Birliyi;
3. Quru Meyvə və Məhsulları İxracatçıları Birliyi;
4. Dənli, Paxlalı, Yağlı Toxumlar və Onlardan Məhsullar İxracatçıları Birliyi;
5. Gəmi və Yaxta İxracatçıları Birliyi;
6. Fındıq və Məhsulları İxracatçıları Birliyi;
7. Ağac və Meşə Məhsulları İxracatçıları Birliyi.

Qeyd edək ki, İstanbul İxracatçıları Birliyində olduğu kimi Türkiyədə fəaliyyət göstərən digər bütün regional ixracatçı birliklərində də mallar üzrə alt birliklər mövcuddur. Türkiyə ixracatçı birliklərinin həyata keçirdikləri fəaliyyətlə bağlı apardığımız təhlilləri ümumiləşdirərək belə bir qənaətə gələ bilərik ki, Türkiyədə hal-hazırda fəaliyyət göstərən ixracatçı birliklərinin əsasən aşağıdakı vəzifələri vardır (10):

- *İxracatçıların təşkilatlanmasını və əməkdaşlığını inkişaf etdirmək yolu ilə ixracatın artırılmasına dəstək olmaq;*
- *Xarici ticarətin ölkə xeyrinə inkişafını təmin etmək;*
- *Xarici ticarət ilə əlaqədar tədqiqatlar aparmaq, eləcə də Hökumət, QHT, yerli və xarici təşkilatlar tərəfindən aparılan tədqiqatlarda iştirak etmək;*
- *İxracatçıların arasında peşə əxlaqını və həmrəyliyi təmin etmək;*
- *Üzvlərinin qarşılaşdıqları çətinlikləri aradan qaldırmağa çalışmaq, idxalçısı (və ya idxalçı ölkə) tərəfindən haqsızlığa məruz qaldığı müəyyən edilən üzvlərin hüquqlarının bərpası məqsədilə səlahiyyətli orqanlar vasitəsilə təşəbbüs göstərmək;*
- *Üzvlərinə müştərək xidmət göstərəcək şirkət təsis etmək, biznes qurmaq və ya mövcud analogi quruluşlarda iştirak etmək;*
- *Sərgi açmaq və ya açılan sərgilərdə iştirak etmək, reklam və marketing fəaliyyətində iştirak etmək, laboratoriyalar qurmaq, satış müqavilələrini təkmilləşdirmək;*
- *İxracatçıların bağlı mütəmadi olaraq təhlillər aparmaq, üzvlər üçün kurs və seminarlar təşkil etmək.*

Həç şübhəsiz ki, fəaliyyət göstərdiyi regionun və məhsulun xarakterik xüsusiyyətindən asılı olaraq birliklərin həyata keçirdikləri fəaliyyətlərdə müəyyən dəyişikliklərin olması mümkündür.

Türkiyədə ixracatçı birliklərin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericiliyə əsasən ixracatçıların müvafiq birliyə üzv olması və qanunla müəyyən edilmiş üzvlük haqlarını ödəməsi məcburidir. Qeyd edək ki, bu üzvlük haqlarının məbləği İxracatçı Birliklərinin Baş Assambleyası və İdarə Heyəti tərəfindən müəyyən edilir. Lakin, üzvlük haqlarının müəyyən edilməsi zamanı bir qayda olaraq Türkiyə Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin rəyi nəzərə alınır. Ümumiyyətlə isə ixracatçı birliklərin gəlirləri aşağıdakı mənbələrdən təmin edilə bilər (10):

- *Birdəfəlik giriş haqqı;*

78 | Sevdə İmamverdiyeva. İxracat diversifikasiyası və qeyri-neft ixracatının artırılmasında İxracatçı Birliklərinin rolu

- *İllik üzvlük haqları;*
- *Nisbi gəlir;*
- *Digər gəlirlər.*

Eyni zamanda, üzvlər birliyin qərarlarına əməl etmək onun məqsədlərinə uyğun davranmaq, səlahiyyətli bölmələr tərəfindən ixracatla bağlı istəniləcək məlumat və sənədləri təqdim etməyə borcludurlar (10).

Hindistan, Banqladeş, Almaniya və Türkiyədə ixracatçı təşkilatları ilə bağlı apardığımız tədqiqatları ümumiləşdirərək belə bir fikir söyləyə bilərik ki, bu ölkələrdə ixracatçı təşkilatların strukturu, onların həyata keçirdikləri fəaliyyətlər, gəlir mənbələri və s. kifayət qədər oxşardır. Belə ki, bu ölkələrdə ixracatçı təşkilatlar 3 səviyyədə təmərküzlənmişdir. Birinci səviyyədə ölkə üzrə ixracatçı təşkilatların birliyi (Məsələn, Türkiyədə - TİM, Almaniyada – Ərzaq və Aqrar Məhsulların İxracatçıları Assosiasiyası və s.), ikinci səviyyədə regionlar və ya mallar üzrə ixracatçı təşkilatların birliyi (Məsələn, Türkiyədə - Ege İxracatçıları Birliyi, Banqladeşdə - Dəri Məhsulları və Ayaqqabı İxracatçıları Assosiasiyası və s.), üçüncü isə regional ixracatçı təşkilatları birliklərinə tabe olan mallar üzrə ixracatçı birliklər (Məsələn, Türkiyədə - İstanbul İxracatçıları Birliyinin Fındıq və Fındıq Məhsulları İxracatçıları Birliyi və s.).

Azərbaycanda ixracatçıların təşkilatlanması ilə bağlı aparılan təhlillər göstərir ki, ölkəmizdə artıq ən üst səviyyə, başqa sözlə ixracatçıların ölkə üzrə birliyi mövcuddur. Bu təşkilat Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondudur (Azpromo). Bu Fond 2003-cü ildə özəl sektor ilə Hökumətin birgə təşəbbüsü əsasında yaradılmışdır. Xatırladaq ki, Türkiyədə də analoji təcrübə mövcuddur, belə ki, İxracatçı Birliklərin ən üst təşkilatı olan Türkiyə İxracatçıları Məclisi Türkiyə İqtisadiyyat Nazirliyi ilə ixracatçıların birgə səyi nəticəsində yaradılmışdır (10 və 12).

Azpromo-da hazırda təqribən 25 əməkdaş fəaliyyət göstərir və strukturu aşağıdakı kimidir (12):

1. İxracın Təşviqi Departamenti;
2. İnvestisiyaların Təşviqi Departamenti;
3. Biznes-Məlumat Mərkəzi;
4. Maliyyə və İnzibati İşlər Departamenti;
5. Yerli və xarici nümayəndəlikləri;
6. və ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə menecerdən ibarətdir.

Azpromo-nun yuxarı idarəetmə orqanı Qəyyumlar Şurasıdır və bu şuraya ictimai əsaslarla Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyat və sənaye naziri rəhbərlik edir. Onu da qeyd edək ki, ölkəmizdə fəaliyyət göstərən bir neçə iri ixracatçı şirkətlər Qəyyumlar Şurasının üzvüdür və həmin ixracatçıları tərəfindən ödənilən ianələr Azpromo-nun maliyyələşmə mənbəyi kimi çıxış edir. Fonda isə Qəyyumlar Şurasının sədri (Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyat və sənaye naziri) tərəfindən təyin edilən Azpromo-nun prezidenti rəhbərlik edir (12).

Azpromo qeyri-neft ixracının artırılması, eləcə də ixracın diversifikasiyası məqsədilə yerli ixracatçılara aşağıdakı xidmətlər göstərir (12):

- Əsas tərəfdaş ölkələrin idxal prosedurları və tələbləri, həmçinin gömrük rüsum və vergiləri haqqında ixracatçıların məlumatlandırılması;

79 | Sevdə İmamverdiyeva. İxracın diversifikasiyası və qeyri-neft ixracının artırılmasında İxracatçı Birliklərinin rolu

- Müxtəlif bazarlara ixrac imkanları barədə araşdırmaların aparılması;
- Xarici şirkətlər tərəfindən daxil olan təkliflər barədə yerli ixracatçıların məlumatlandırılması və hədəf bazarlarda yerli şirkətlərin ixrac məhsuluna uyğun potensial müştərilərin axtarılması;
- Ticarətlə əlaqəli müxtəlif mövzularda təlimlərin təşkili;
- Xaricdə və ölkədə sərqi və biznes forumlarının təşkili, eyni zamanda həmin tədbirlərdə yerli ixracatçıların dəvət edilməsi və s.

Bununla yanaşı, artıq ölkəmizdə ixracatçı birliklərinin ikinci səviyyəsinin yaradılması istiqamətində müəyyən addımlar atılmaqdadır. Belə ki, İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin dəstəyi və Azpromo-nun təşkilatçılığı ilə İxracatçılar Klubu yaradılmış və 2014-cü ilin 20 dekabr tarixində ilk iclası keçirilmişdir. İxracatçılar Klubu Azərbaycan məhsullarının xarici bazarlara ixrac edilməsində istehsalçılara dəstək göstərmək və ixracatçılar arasında daimi ünsiyyət platformasını yaratmaq məqsədi ilə yaradılmışdır. Lakin, fikrimizcə İxracatçılar Klubu kimi təşkilatlanma formaları daha çox formal xarakter daşıyır və əsasən bu Kluba üzv olan şirkətlərin problemlərinin həllinə yönəlir (12).

Qeyd olunanları nəzərə alaraq aşağıdakıları təklif edirik:

- ❖ Azpromo-nun tərkibində mərhələli şəkildə aşağıdakı İxracatçı Birliklərinin yaradılmasını:
 1. Bakı-Sumqayıt İxracatçılar Birliyi;
 - Şərab və Tütün İxracatçıları Birliyi;
 - Quş əti və Yumurta İxracatçıları Birliyi
 - Kimyəvi Məhsullar İxracatçıları;
 - Mebel İxracatçıları Birliyi;
 - Tikinti Materialları İxracatçıları Birliyi.
 2. Aran İxracatçılar Birliyi;
 - Nər İxracatçıları Birliyi;
 - Üzüm və Şərab İstehsalçıları Birliyi;
 - Süd və Ət İxracatçıları Birliyi;
 - Şəkər İxracatçıları Birliyi;
 - Quş Əti və Yumurta İxracatçıları Birliyi;
 - Fındıq İxracatçıları Birliyi.
 3. Naxçıvan İxracatçılar Birliyi;
 - Meyvə Quruları İxracatçıları Birliyi;
 - Üzüm və Şərab İxracatçıları Birliyi;
 - Bal İxracatçıları Birliyi.
 - Quş Əti və Yumurta İxracatçıları Birliyi.
 4. Gəncə-Qazax İxracatçılar Birliyi;
 - Təzə Meyvə-Tərəvəz İxracatçıları Birliyi;
 - Üzüm və Şərab İxracatçıları Birliyi;
 - Tikinti Materialları İxracatçıları Birliyi;
 - Fındıq İxracatçıları Birliyi;
 - Bal İxracatçıları Birliyi;

- Quş Əti və Yumurta İxracatçıları Birliyi.
- 5. Lənkəran İxracatçıları Birliyi;
 - Sitrus Meyvə İxracatçıları Birliyi;
 - Üzüm və Şərab İxracatçıları Birliyi;
 - Balıq və Balıq Məhsulları İxracatçıları Birliyi.
- 6. Şəki-Zaqatala İxracatçıları Birliyi:
 - Üzüm və Şərab İxracatçıları Birliyi;
 - Fındıq İxracatçıları Birliyi;
 - Bal İxracatçıları Birliyi.
 - Təzə Meyvə-Tərəvəz İxracatçıları Birliyi;
- 7. Quba-Xaçmaz İxracatçıları Birlikləri:
 - Alma İxracatçıları Birliyi;
 - Fındıq İxracatçıları Birliyi;
 - Təzə Meyvə-Tərəvəz İxracatçıları Birliyi;
 - Bal İxracatçıları Birliyi.
- ❖ Digər tərəfdən ixracatçı birliklərinin yaradılması ilə bağlı Azpromo-ya və ixracatçılara institusional dəstəyin göstərilməsini;
- ❖ İxracatçı dəstək proqramlarının (*məsələn, xarici ölkələrdə keçirilən sərgilərdə iştirak xərcinin, hədəf bazarlarda müvafiq nümayəndəliyin açılması və saxlanması xərcinin və s. bir hissəsinin dövlət tərəfindən ödənilməsi ilə bağlı*) hazırlanmasını;
- ❖ İxracatçıların dəstəklənməsi məqsədilə dövlət büdcəsindən Azpromo-ya müvafiq vəsaitin ayrılmasını;

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi (www.stat.gov.az),
2. Azərbaycan Dövlət Gömrük Komitəsi (www.customs.gov.az),
3. Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi (www.trademap.org),
4. Dünya Bankının “Dünya ölkələrində ÜDM” hesabatı - <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf>,
5. Hindistan İxracatçı Təşkilatları Federasiyası (www.fieo.org),
6. Banqladeş Dəri Məhsulları və Ayaqqabı İxracatçıları Assosiasiyası (www.lfmeab.org),
7. Banqladeş Dondurulmuş Ərzaq və Aqrar Məhsullar İxracatçıları Assosiasiyası (www.bffea.net),
8. Almaniya Ərzaq və Aqrar Məhsullar İxracatçıları Assosiasiyası (www.g-e-f-a.de),
9. Almaniya Süd və Süd Məhsulları İxracatçıları Birliyi (www.export-union.de),
10. Türkiyə İxracatçıları Məclisi (www.tim.org.tr/tr),
11. İstanbul İxracatçıları Birliyi (www.iib.org.tr/tr),
12. Azpropmo (www.azpromo.az)

The role of Exporter's Unions in export diversification and increasing of non-oil export

Sevda İmamverdiyeva

ABSTRACT

In the article, valuing of the existing situation of export and import of non-oil sector in the Azerbaijan Republic has been analyzed. Non-oil sector has not enough pay in the general export of country and it is sign that this sector stay with enough problems. Although non-oil sector has a high export potential, but there is very small share in total export. Exactly, the causes of this problem were investigated and some countries' successful practice in this area learned and proper motions were proposed for our country.

Key words: Unions of Exporters, The Club of Exporters, non-oil export, export potential, Azpromo.

Диверсификация экспорта и роль Ассоциации Экспортеров в повышении ненефтяного экспорта

Резюме

В статье проанализированы и оценены текущая ситуация импорт-экспорт ненефтяной сектор в Азербайджанском Республике. Низкая доля не-нефтяного сектора в общем объеме экспорта знак к тому что, этот сектор остаются сталкиваются с проблемами. Несмотря на высокий экспортный потенциал не-нефтяного сектора в экономике стране, она имеет очень небольшую долю от общего объема экспорта. В статье именно, изучены причины для этого, изучая международного опыта в этой области и были выдвинуты предложения для нашей страны.

Ключевые слова: Ассоциации Экспортеров, Клуб Экспортеров, не-нефтяной экспорт, экспортный потенциал, Азпромо.