

VI BÖLMƏ BEYNƏLXALQ İQTİSADI MÜNASİBƏTLƏR

UOT 339.5

*Günay Tanrıverdi qızı ƏLİYEVƏ
AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutunun doktorantı*

AZƏRBAYCANIN ALMANIYA İLƏ İQTİSADI VƏ TİCARƏT SAHƏLƏRİNDƏ ƏMƏKDAŞLIĞININ GENİŞLƏNDİRİLMƏ POTENSİALI

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan-Almaniya iqtisadi-ticarət əlaqələrinin inkişaf dinamikasının kompleks və sistemli təhlili əsasında Almaniya ilə xarici əlaqələrin Azərbaycanın iqtisadi inkişafına təsiri şərh edilir, Azərbaycan və Almaniya arasında ticarət və iqtisadi əməkdaşlığın genişləndirilməsi istiqamətləri və prioritetləri, Azərbaycanın xarici ticarət və ixracın təşviqi potensialı müəyyən edilir. Həmçinin Azərbaycan və Almaniya arasında iqtisadi və ticarət əlaqələrinin potensial genişlənmə imkanları Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin hazırladığı ticarət vəziyyəti üzrə metodologiyaya uyğun olaraq qiymətləndirilir.

Açar sözlər: Almaniya, xarici əlaqələr, xarici ticarət, ixrac, idxal, daxili və xarici bazar, müqayisəli üstünlük, rəqabətlik effekti, ticarət performansı indeksi.

Giriş

Azərbaycanın onunla eyni kontinentdə yerləşən, əhatə və nüfuz dairəsinə görə dünyanın əsas iqtisadi və siyasi güc mərkəzlərindən biri olan Avropa İttifaqı (Aİ), o cümlədən Avropa iqtisadiyyatının lokomotivi hesab olunan Almaniya ilə iqtisadi əməkdaşlığını genişləndirməsi və bu məkana inteqrasiyası obyektiv zərurətə çevrilmişdir. Almaniya Avropa iqtisadiyyatında lider ölkə kimi ölkənin məkana inteqrasiyası prosesində aparıcı rola malikdir. BREXİT-in sürətlənməsi ilə Almaniya inteqrasiya prosesində lider ölkəyə çevrilməklə hər bir mərhələdə fayda əldə edir.

Azərbaycan ilə Almaniya arasında ikitərəfli iqtisadi münasibətlər son dövrlər əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etmiş və bu, hər iki ölkə üçün perspektiv olaraq qiymətləndirilir. Almaniyanın yalnız Avropa Birliyində deyil, bütövlükdə dünya iqtisadiyyatında rolunu nəzərə alaraq qarşılıqlı iqtisadi və ticarət əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi Azərbaycan üçün həm daxili, həm də xarici faktorlarla əlaqədardır.

Almaniya ilə Azərbaycanın xarici iqtisadi və ticarət əlaqələrinin inkişafı

Avropa Birliyi, xüsusilə Almaniya ilə ölkənin xarici iqtisadi və ticarət əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi, bu əsasda iqtisadiyyatın aparıcı sahələrinin qlobal dəyər zəncirinə səmərəli inteqrasiyası Azərbaycanın uzunmüddətli inkişaf strategiyasının əsas istiqamətlərindən biri hesab olunur. Azərbaycan və Almaniya arasında iqtisadi və ticarət əlaqələrinin potensial genişlənmə limitlərini qiymətləndirmək mühüm metodoloji həllər tələb edir. Bu məqsədlə Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin [5] hazırladığı ticarət vəziyyəti üzrə metodologiyadan istifadə etmək olar.

Qeyd edək ki, bu metodologiya ölkənin xarici ticarət münasibətlərinin coğrafi və əmtəə quruluşunu təhlil etməyə imkan verir. Bu əsasda Azərbaycanın perspektiv ticarət potensialı, o cümlədən idxal-ixrac diversifikasiyası imkanlarını aşkarlamaq mümkündür.¹ Azərbaycanın istehsalı baxımından üstünlüyə malik olduğu təzə ərzaq, emal olunmuş ərzaq, ağac məmulatları, tikiş-tekstil və kimya məhsulları və Almaniyaaya ixracı imkanlarına baxaq. Bu məqsədlə ilk növbədə həmin məhsullar üzrə Almaniyanın Ticarət Performansı İndeksini (TPI) nəzərdən keçirək.

¹ İndeks 180 ölkə və 14 ixrac sektoru üzrə tərtib edilir və xarici ticarətdən ölkənin əldə edəcəyi faydanı və ya itkini görməyə imkan verir.

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, Almaniya ərzaq sənayesi istisna olmaqla digər sahələr üzrə yüksək səviyyəyə malik olması ilə qiymətləndirilir. Bura həm məhsul və bazar konsentrasiyası, həm də ilkin coğrafi və məhsul üzrə ixtisaslaşma səviyyəsi, eləcə də ticari adaptasiya və rəqabətlik effekti, coğrafi və məhsul üzrə diversifikasiya səviyyəsi aiddir.

Cədvəl 1.

Almaniyanın ticarət performansı indeksi (2012-2018)* [6]

	Göstəricilər	Təzə ərzaq		Emal edilmiş ərzaq		Ağac sənayesi		Təkstil		Kimya	
		Həcmi	Mövqə	Həcmi	Mövqə	Həcmi	Mövqə	Həcmi	Mövqə	Həcmi	Mövqə
Ünvanı məlumat	Sektor üzrə ixrac edən ölkələrin sayı	177		169		148		131		157	
	İxracın həcmi (mln \$)	25623		54085		28642		14363		213556	
	Milli ixracda payı (%)	1%		4%		2%		1%		15%	
	Milli idxalda payı (%)	4%		4%		2%		1%		14%	
	Nisbi ticarət balansı ¹ (%)	-29%		8%		9%		4%		16%	
	Vahidin nisbi dəyəri (dünya üzrə orta = 1)	1.6		1.3		1.4		2.0		1.3	
	Xalis ixrac (mln \$)	-20943.624	175	8832.308	9	4729.918	7	1155.273	10	61255.270	1
Position in 2016 for Current Index	Adambaşına ixrac, \$	310.0	38	654.3	15	346.5	17	173.7	13	2,583.3	8
	Dünya bazarında payı (%)	3.51%	8	7.30%	1	8.70%	3	4.93%	3	11.32%	1
	Məhsul diversifikasiyası (ekvivalent məhsulun sayı)	40	8	49	2	45	3	43	12	22	31
	Məhsul üzrə konsentrasiya (Spread)		8		2		3		12		30
	Bazar diversifikasiyası (ekvivalent bazarların sayı)	18	12	18	6	18	4	25	3	21	5
	Bazar konsentrasiyası (Spread)		13		6		4		3		5
İndeksin 2012-16-cı illərdə dəyişməsi	Dünya bazar payının nisbi dəyişməsi (%)	-0.56%		-0.54%		-1.98%		-1.48%		0.83%	
	Rəqabətlik effekti, p.a. (%)	0.06%	104	-0.77%	104	-0.42%	69	-1.17%	68	-0.08%	76
	İlkin coğrafi ixtisaslaşma, p.a. (%)	0.17%	89	-0.25%	83	-1.03%	107	0.05%	51	0.12%	55
	Məhsul üzrə ixtisaslaşma, p.a. (%)	-0.5600%	107	0.8200%	63	-0.1300%	86	0.2900%	48	1.4800%	28
	Adaptasiya effekti, p.a. (%)	-0.22%	88	-0.33%	96	-0.39%	85	-0.65%	80	-0.68%	104
	Dünya tələbatına adekvatlığı		36		20		4		52		102
Əsindikator	Dünya bazar payının mütləq dəyişməsi (% b. p.a)	-0.020%	161	-0.0402%	161	-0.191%	147	-0.079%	127	0.0905%	3
	Orta indeks: cari səviyyə		120		1		1		3		1
	Orta indeks: indeksin dəyişməsi		145		95		88		9		94

• Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilmiş və hesablanmışdır.

¹ Ticarət balansının ticarət dövriyyəsinə olan nisbətini göstərir. Bu əsasda ölkənin sektor üzrə xalis ixracatçı və ya idxalatçı olduğunu görmək mümkündür.

Digər göstərici olan vahidin nisbi dəyəri göstəricisinin Almaniyaya üzrə səviyyəsi dünya üzrə orta göstəricini üstələyir. Bu isə baxılan bütün sahələrdə Almaniyanın ixrac həcmünün dünya üzrə orta ixrac həcmindən yüksək olduğunu göstərir. Başqa sözlə desək, Almaniyaya həmin sahə üzrə istənilən dünya bazar qiymətində məhsulun ixracı imkanına malikdir. Lakin yalnız təzə ərzaq istisna olmaqla Almaniyaya digər məhsulların xalis ixracatçısı kimi çıxış edir. Bunun əsas göstəricisi xalis ixrac balansının ölkə üzrə pozitiv olmasıdır. Almaniya adambaşına ən çox ixrac kimya (2583 dollar) və emal olunan ərzaq məhsulları üzrədir (654 dollar). Digər sahələr üzrə adambaşına ixrac orta dünya göstəricisindən əksər hallarda yüksək olmuşdur.

TPI üzrə aparılmış hesablamalar göstərir ki, Almaniyaya dünya bazarında da həmin məhsulların ixracı üzrə mühüm paya malikdir. Məsələn, kimya sənayesi üzrə ixracın dünya bazar payı 11%, ağac sənayesinin payı 8.7%, ərzaq emalı sənayesinin payı isə 7.3% təşkil edir. Təsadüfi deyildir ki, həmin sahələr üzrə diversifikasiya səviyyəsi də Almaniya üzrə yüksək səviyyəyə malikdir. Məsələn, baxılan sahələr üzrə məhsul diversifikasiyası, yəni ekvivalent məhsulun sayı üzrə göstərici Almaniya 40-dan yuxarıdır. Bu göstərici yalnız kimya sənayesində 22-ə bərabərdir. Bunun nəticəsi olaraq Almaniyaya bu göstərici üzrə dünyada ilk onluqda, bəzi hallarda isə ilk 3-lükdə yer almışdır. Uyğun fikirləri bazar diversifikasiyasının geniş olması barədə də demək olar.

Bütün bunlara baxmayaraq Almaniyanın baxılan sahələr üzrə Rəqabətlik effekti göstəricisi neqativdir ki, bu da ölkənin dünya bazarında rəqabət imkanlarının azaldığını göstərir. Yalnız təzə ərzaq sahəsi üzrə göstərici pozitivdir və bu həmin sahə üzrə Almaniyanın dünya bazarında rəqabət qazandığını deməyə əsas verir [4, s. 411]. Bununla yanaşı ağac və ərzaq emalı sahələri istisna olmaqla, digər məhsullar üzrə Almaniyanın dünya idxalında mövqelərinin gücləndiyi görünür. Belə ki, bunun əsas göstəricisi olan coğrafi ixtisaslaşma göstəricisi üzrə ölkə neqativ göstəriciyə malikdir. Almaniyanın baxılan sahələr üzrə dünya bazarında mövqeyini nəzərə almaqla Azərbaycanın ticarət performansını əsasında iki ölkə arasında ticarətin genişlənməsi potensialına baxaq. Bunun üçün oxşar cədvəli Azərbaycanın ticarət performansını üçün də tərtib edək.

Cədvəl 2-dən göründüyü kimi, Azərbaycan baxılan sahələr üzrə xalis idxalatçı kimi çıxış edir və dünya bazarında çox cüzi paya malikdir. Halbuki, həmin sahələr üzrə istehsalın genişləndirilməsi və global dəyər zəncirinə qoşulmaq üçün ölkə geniş potensial imkanlara malikdir. Həm məhsul və həm də bazar üzrə aşağı diversifikasiyaya malik olma, xaricə zəif əsaslanma və idxaldan asılılıq analoji sahələrin zəif inkişafı ilə bağlıdır [2, s. 169]. Bunun nəticəsi olaraq dünya bazarında ölkənin rəqabətlik imkanları məhduddur və çox zəif mövqeyə malikdir.

Bütövlükdə Almaniyaya ilə Azərbaycan arasında ticarət əlaqələrinin genişləndirilməsi potensialının belə kəmiyyət parametrləri bir daha göstərir ki, Azərbaycan öz xarici ticarət əlaqələrində Avropaya deyil, aşağı gəlirli MDB bazarına fokuslanmışdır. Bunun da əsas səbəbi ikinci fəsilə qeyd edilmiş kimi, istehsalın aşağı texnoloji mürəkkəbliyə malik olması və xam məhsul ixracı üzrə təmərküzləşmədir [3, s. 9].

Azərbaycandan fərqli olaraq Almaniyaya təbii olaraq daha iri və mürəkkəb texnoloji quruluşlu iqtisadiyyata malik olduğu üçün daha iri regional və kontinental bazarlarda təmərküzləşib. Almaniyaya Avropa Birliyi, Şərqi Avropa, eləcə də Amerika və MDB ölkələrinə eyni zamanda həm idxal, həm də ixrac istiqamətində fokuslandığı bazarlardır. Azərbaycan və Almaniyaya arasında illik ticarət dövriyyəsi aşağı olmaqla, perspektivdə ticarət əlaqələrində potensial bazanın genişləndirilməsi üçün geniş imkanların olduğunu deməyə əsas verir.

TPI-dən göründüyü kimi hər iki ölkə üçün coğrafi diversifikasiya əmsalı ticarət münasibətlərinə daha çox təsir göstərir. Bu, məhsul diversifikasiyası üzrə analoji xüsusiyyətə malikdir. Çünki iki ölkə arasında məhsul diversifikasiyası üzrə səviyyənin dəyişməsi texnoloji inkişaf potensialı, bazarlara sərbəst çıxış, makroiqtisadi sabitlik kimi göstəricilərin dayanıqlı olmasından asılıdır. Qeyri-neft sektoru, xüsusilə sənaye və kənd təsərrüfatı üzrə Azərbaycanın Almaniya əsasən xammal və yarımfabrikat ixracı, bu ölkədən isə hazır məhsul idxalı prinsipinin kəskin dəyişməsi ehtimalı zəifdir. Lakin xidmət sektorundakı əlaqələrdə ciddi bir keyfiyyət və miqyas dəyişikliyinə olmağı gözləniləndir [6].

Cədvəl 2.

Azərbaycanın ticarət performansı indeksi (2012-2018) * [1, 25;29;58-70;80-83;183]

İndikator göstəriciləri	Təzər ərzaq		Ərzaq emalı		Ağac sənayesi		Tekstil		Kimya		
	Həcm	Mövqe	Həcm	Mövqe	Həcm	Mövqe	Həcm	Mövqe	Həcm	Mövqe	
Sektor üzrə ixrac edən ölkələrin sayı	177		169		148		131		157		
Bağlıca göstəricilər	İxracın həcmi (min US \$)	379,335		65,961		4,212		38,561		171,874	
	İxracın artımı, p.a. (%)	3%	63	-40%	168	-26%	142	-2%	57	-7%	
	Milli ixracda payı (%)	3%		0%		0%		0%		1%	
	Milli idxalda payı (%)	6%		8%		3%		1%		11%	
	Nisbi ticarət balansı (%)	-12%		-79%		-97%		-51%		-64%	
	Vahid üzrə nisbi dəyər (dünya üzrə orta = 1)	0.8		0.7		01.Yan		0.8		0.4	
İndeks üzrə cari mövqe	Xalis ixrac (min US \$)	-107,026	111	-520,784	119	-278,066	102	-80,812	47	-634,112	76
	Adambaşına ixrac (US \$)	38.9	117	06.Avg	136	0.4	137	4.0	93	17.Iyun	106
	Dünya bazarında payı (%)	0.05	106	0.01	132	0.00	137	0.01	85	0.01	96
	Məhsulun diversifikasiyası (ekvivalent məhsulların sayı)	6	87	7	88	5	90	5	98	2	146
	Məhsulun konsentrasiyası (spread)		85		86		88		97		144
	Bazar diversifikasiyası (ekvivalent bazarların sayı)	2	165	4	131	3	111	3	109	3	134
	Bazar konsentrasiyası (spread)		163		126		124		106		128
	Dünya bazar payının nisbi dəyişməsi p.a. (%)	4.3600		-17.3800		-13.9800		-1.4300		-4.4200	
İndeksin son 5 ildə dəyişməsi	Rəqəbətlik effekti, p.a. (%)	16.7200	14	-15.2600	168	-11.0800	136	-4.2900	100	12.7200	18
	Cari coğrafi ixtisaslaşma, p.a. (%)	-6.9200	171	-5.3000	165	4.5400	3	-5.8300	122	-1.9300	138
	Məhsul üzrə ilkin ixtisaslaşma, p.a. (%)	1.0100	76	-6.6800	160	1.3300	50	3.8300	11	-0.6100	75
	Adaptasiya effekti, p.a. (%)	-6.4500	157	9.8600	13	-8.7700	139	4.8600	19	-14.6000	151
	Dünya tələbinin dinamikasına uyğunlaşma		130		47		129		21		46
Əsas indekslər	Dünya bazar payının mütləq dəyişməsi (% bəndi)	0.0019	61	-0.0118	153	-0.0006	93	-0.0002	54	-0.0005	92
	Orta indeks: Cari indeks		98		144		144		51		91
	Orta indeks: İndeksin dəyişməsi		135		158		61		101		48

• Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilmiş və hesablanmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan hökuməti 2020-ci il və ondan sonrakı dövrlərdə sosial-iqtisadi inkişaf məqsədləri üzrə bu istiqamətdə atılacaq addımları əhatə edən konsepsiya sənədinin “kiçik sahibkarlığa kömək” bölməsində qabaqcıl ölkələrlə iqtisadi-ticarət əlaqələrini koordinasiya etmək üçün “Uzlaşma Mərkəzi”nin yaradılmasını nəzərdə tutur. Belə bir kollegial və məşvəratçı platformaya birgə investisiya qoyuluşlarına və onun gücləndirilməsinə ciddi ehtiyac vardır.

Bütövlükdə, Azərbaycanın qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrinin institusionallaşması əsas prioritet məsələlərdən biri olaraq qalacaq. Almaniya və Azərbaycanın ticarət əlaqələri, mövcud problemlərin həlli istiqamətində atılan addımlar iki ölkə arasındakı əlaqələrin daha da möhkəmlənməsinə gətirib çıxara bilər. Bu problemlərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- hər iki ölkənin beynəlxalq öhdəlikləri ilə bağlı olan məsələlərin fərqli aspektdən həlli və onun nəticələri;
- viza problemi;
- nəqliyyat və logistika ilə bağlı həll edilməmiş problemlər;
- Azərbaycanın gömrük tənzimlənməsi sahəsində mövcud olan problemlər;
- maliyyə və ödəniş sistemlərinin texnoloji platformalarının fərqli olması, ikitərəfli maliyyə-bank xidmətləri bazarı arasında əlaqənin zəif olması.

Nəzərə almaq lazımdır ki, Avropa Birliyi daxilində mövcud olan Ortaq Ticarət Sazişinə əsasən, üçüncü ölkələrdən idxal zamanı Avropa Birliyi ilə orta qaydalar tətbiq olunmalıdır. Azərbaycan isə yalnız Müstəqil Dövlətlər Birliyi ilə Sərbəst Ticarət Anlaşması imzalamış və Rusiya, Ukrayna, Qazaxıstan, Qırğızıstandan ibarət 5 ölkə ilə müəyyən Gömrük Tarifləri çərçivəsində ticarət əlaqələri saxlamaqdadır. Azərbaycan üçün mühüm problemlərdən biri ölkənin Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzvlüyüdür. Azərbaycan beynəlxalq ticarət bazarlarına inteqrasiya etməsi və ölkədə xarici ticarətə təsir edən qanunvericilik bazasının beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması üçün ÜTT-yə üzvlük istiqamətində işlər davam etdirilir. ÜTT-yə üzv olmaq mürəkkəb bir prosesdir. Bu təkcə tariflərə dair sazişlərin və təklif olunacaq xidmətlər üçün güzəştlərin edilməsi kimi nəzərdə tutulmamalıdır. Xarici ticarəti tənzimləyən tədbirlər və normativ-hüquqi aktlar, müraciət edən ölkənin öz xarici ticarətə dair qanunlarının uyğunlaşdırılması tələb edilir.

Beləliklə, qeyd edilən ölkələr bazarlarda daha yüksək üstünlüklər əldə edir və bu zaman qarşılıqlı ticarət üzrə 15%-dək güzəştə malik olurlar. Bu problemlərin aradan qaldırılması istiqamətində tədbirlər həyata keçirilməlidir.

Azərbaycanın Avropa, o cümlədən Almaniya bazarına çıxması üçün mühüm məsələlərdən biri coğrafi yerləşmə və nəqliyyat məsələsidir. Son dövrlər ölkənin malik olduğu iri beynəlxalq nəqliyyat layihələri Avropa bazarlarına çıxış üçün mühüm potensial imkanlar yaratmışdır. Bu çərçivədə ikinci fəsilədə qeyd edildiyi kimi, BTQ strateji əhəmiyyət daşıyır. Dəmiryolu vasitəsi ilə Azərbaycan beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərinə və Avropaya birbaşa çıxış əldə edəcək. Bakı-Tbilisi-Qars dəmiryolu Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft boru xəttindən sonra Azərbaycanın global bazarlara çıxışını daha da artıracaq və rəqəbətli edəcəkdir.

Almaniya ilə ticarət əlaqələrinin inkişaf istiqamətləri

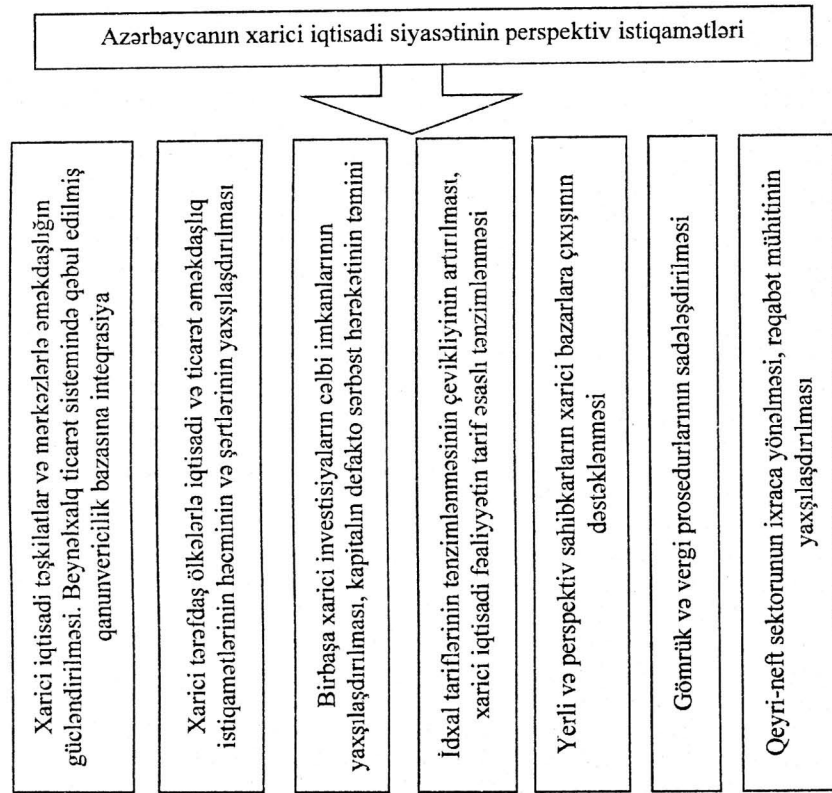
Orta və uzunmüddətli dövrdə Azərbaycan iqtisadiyyatının əsas hədəfi qeyri-neft sektorunun inkişafı və bu məqsədlə xarici bazarlara çıxış imkanlarının artırılmasıdır. Burada yüksək gəlir qrupunda yer alan Qərbi Avropa ölkələri, o cümlədən Almaniyanın ölkə iqtisadiyyatına yarada biləcəyi perspektivlər nəzərə alınmalıdır. Aparığımız tədqiqat göstərir ki, Azərbaycanın Avropa ölkələri, o cümlədən Almaniya ilə əlaqələri qeyri-bərabər dinamikaya malik olmuşdur. Qeyd edək ki, qonşu MDB ölkələrinin bazarından fərqli olaraq Avropa bazarları yüksək rəqəbat qabiliyyətinin olmasını tələb edir. Bu səbəbdən Avropa məkanına ticarət və ixraca fokuslanma sahibkar investirlər üçün asan deyildir. 2010-2018-ci illərdə Almaniya ilə ixrac 92% azalmış, lakin idxal 8.7% artmışdır.

Qeyd edilən ticarət mühiti mövcud vəziyyətin dərinəndən araşdırılmasını tələb edir və ticarət əlaqələrinin inkişafı istiqamətində işlərin görülməsini tələb edir. Bu isə inkişaf etmiş bazarlara yanaşmada ticarət siyasətinin formalaşmasının dəyişdirilməsini tələb edir. Qabaqcıl təcrübələri nəzərə

almaqla xarici ticarət fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi üzrə aşağıdakı istiqamətlərdə rasionallaşdırılması tələb olunur:

- xarici iqtisadi və ticarət fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik normalarının təkmilləşdirilməsi;
- gömrük-tarif tənzimlənməsi məsələlərinin daim diqqətdə saxlanması və ölkənin xarici bazarlarda mövqeyinə adekvat tənzimləmə alətlərinin çevikləşdirilməsi;
- xarici ticarət fəaliyyətində qeyri-tarif tənzimləmə metodlarına baxılması;
- kapital axını üzərindən nəzarətin götürülməsi, defakto olaraq kapitalın sərbəst axını üçün zəruri şəraitin təmin edilməsi.

Bu aspektdən qeyd etmək lazımdır ki, “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında, eləcə də Milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə strateji yol xəritələrində ölkənin xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafının konseptual istiqamətləri göstərilmişdir. Bu istiqamətləri şəkil 1-dəki kimi ümumiləşdirmək olar.



Şəkil 1. Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsi istiqamətləri

Avropa Birliyi ölkələrinə, o cümlədən Almaniya münasibətdə qeyd edilən istiqamətlərdə siyasətin həyata keçirilməsi xarici ticarət fəaliyyətinin tənzimlənməsi alətlərinin çevikliyinin artırılmasını tələb edir. Qeyd edək ki, Almaniya tərəfindən də Azərbaycanın beynəlxalq iqtisadi və ticarət sahələrində inkişafının potensial imkanları daima nəzərdən keçirilir. İmzalanmış sənədlərdə göstərilir ki, bütövlükdə Avropa İttifaqı və Azərbaycan müxtəlif iqtisadi və ticarət əlaqələrinin

genişləndirilməsi məqsədilə qarşılıqlı birgə fəaliyyət göstərilir. Avropa İttifaqı ilə imzalanmış sazişlər arasında ən vacibi aşağıdakıların təkmilləşdirilməsi məqsədini daşıyan Avropa İttifaqı ilə Azərbaycan Tərəfdaşlıq və Əməkdaşlıq Sazişidir (1999). Sazişdə aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

- xarici ticarət döviyyəsinin artırılması;
- qarşılıqlı investisiya qoyuluşu və kapital cəlbi;
- iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri üzrə əməkdaşlıq və birgə fəaliyyət;
- qanunvericilik bazaları arasında ziddiyyətin aradan qaldırılması;
- digər istiqamətlər üzrə fəaliyyətin genişləndirilməsi.

Qeyd edək ki, Azərbaycan Avropa Qoşuluq Siyasəti (AQS) və Şərq Tərəfdaşlığı təşəbbüsünə qoşulmuş, həmçinin Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatına (QDİƏT) üzv olmuşdur. Hazırda da Aİ və Azərbaycan arasında iqtisadi və ticarət əlaqələrinin hüquqi bazasının yenilənməsi üzrə müzakirələr davam etməkdədir.

Almaniya kansleri Angela Merkelin Bakıya səfəri zamanı iki dövlət başçılarının görüşündə qeyd edilmişdir ki, “...cari iqtisadi və ticarət sahəsində əməkdaşlığın dinamikası gözləntilərə və hər iki ölkənin iqtisadi imkanlarına uyğun deyildir... Cari səviyyə qarşılıqlı ticarətin artırılmasını təmin etmir, birgə müəssisələrin fəaliyyəti kifayət qədər deyildir. İşgüzar dairələrdə müqavilələrin artırılması hər iki ölkə üçün faydalı əməkdaşlığın təmin edilməsi baxımından əlverişli hesab oluna bilər. Məsələn, kənd təsərrüfatı, kimya, ticarət, turizm sahələri üzrə potensial əməkdaşlıq imkanları mövcuddur” [8].

Fikrimizcə, iki ölkə arasında ticarətin artırılması sahəsində əlaqələrin genişləndirilməsi üçün ilk növbədə hüquqi-normativ bazanın təkmilləşdirilməsi tələb olunur ki, bu da hər iki tərəf üzrə sahibkarların biznes müqavilələrinin artması üçün stimula ola bilər. Hər iki ölkə arasında ticarət əlaqələri və birgə müəssisələrin yaradılması işlərinin sürətləndirilməsi üçün iki ölkə arasında əməkdaşlıq üzrə yaradılmış Birgə Komissiyanın fəaliyyət çevikliyi artırılmalıdır. Eyni zamanda iki ölkə arasında “Birgə qarşılıqlı münasibətlərin tənzimlənməsi haqqında” Qanunvericilik bazasının formalaşdırılması ticarət əlaqələrinin inkişafına töhfə olardı.

Əslində hər iki dövlət başçılarının 2018-ci il görüşü zamanı deyilən fikirlər qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi üçün bir proqram rolunu oynaya bilər. Məlumdur ki, sahəvi və regional kompleks proqramlar çərçivəsində Azərbaycan nəqliyyat-kommunikasiya sisteminin inkişafına və məhsulunun genişləndirilməsinə mühüm önəm verir. Bu istiqamətdə qarşılıqlı ticarət zamanı yükdaşımalarda Çin və Avropanı birləşdirən Böyük İpək Yolunun üstünlüklərindən faydalanma mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bu üstünlük və imkanları nəzərə almaqla Almaniya və Azərbaycan arasında uzunmüddətli dövrə hədəflənmiş ticarət-iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi üzrə Proqramın qəbulu faydalı olardı. Proqram çərçivəsində aşağıdakı məsələlərin həlli nəzərdə tutula bilər:

- İqtisadiyyatın, sosial və mədəni əməkdaşlığın prioritet istiqamətləri üzrə birgə layihələrin həyata keçirilməsi, birbaşa investisiya cəlbi imkanlarının artırılması;
- Birgə müəssisələrin, ticarət evlərinin, nümayəndəlik və digər istiqamətlər üzrə fəaliyyətin genişləndirilməsi;
- İqtisadi-ticarət və elmi-texniki xarakterli informasiya mübadiləsinin genişləndirilməsi üzrə birgə səylərin artırılması;
- Beynəlxalq nəqliyyat-kommunikasiya və İnformasiya texnologiyaları üzrə birgə fəaliyyətin dəstəklənməsi və inkişaf etdirilməsi;
- Hər iki ölkə sahibkarları üçün onlara maraqlı sferalarda fəaliyyətin genişləndirilməsi sahəsində imkanların artırılması.

Fikrimizcə, hər iki ölkənin xarici ticarət potensialını və dünya bazarında mövqeyini nəzərə almaqla ikitərəfli əməkdaşlıq üzrə perspektiv sahə kimi aşağıdakılar mühüm maraq doğura bilər:

- Enerji və nəqliyyat sektorlarının inkişaf etdirilməsi, bu sahədə əməkdaşlığın daha da gücləndirilməsi;

▪ Hər iki ölkədə qarşılıqlı olaraq malik olduqları məhsul və xidmət üzrə təşviqat və məlumatlandırma xarakterli tədbirlərin artırılması;

▪ Birgə istehsal fəaliyyətinin qurulması üçün qarşılıqlı məlumat mübadiləsinin gücləndirilməsi, maliyyə sektoruna investisiya qoyuluşunun stimullaşdırılması;

▪ Azərbaycanda elektrotexnika, neft maşınqayırması, tekstil və digər prioritet sahələrə Almaniyaya texnologiyasının cəlb istiqamətlərinin nəzərdən keçirilməsi.

Qeyd edilən istiqamətlərdə birgə fəaliyyətin yaxşılaşdırılması ölkədə istehsalın texnoloji səviyyəsinin artırılması və xarici bazarlarda rəqabət imkanlarının yaxşılaşdırılmasına mühüm töhfə verə bilər. Bu, həm də Azərbaycanın qeyri-neft ixracı üçün potensial bazarlar olan üçüncü ölkə bazarlarına ixrac imkanlarına fokuslanmaya, eləcə də xammal ixracından hazır məhsul ixracına keçid üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edə bilər. Bu məqsədlə, yalnız hökumətlərararsı deyil, həm də özəl sektor partnyorluğu və üçüncü ölkənin iştirakı ilə qarşılıqlı iqtisadi əməkdaşlıqdan faydalanma tələb olunur.

Nəticə

Almaniyanın cari idxalındakı əmtələri 4 qrupda təsnifləşdirmək olar: 1) ortamüddətli dövrdə Azərbaycanda istehsal imkanları çox kiçik olan, istehsalı mümkün olsa da, inkişaf etmiş ölkələrə ixracı ehtimalı az olan əmtəələr. 2) hazırda Azərbaycandan Almaniya ixracı və ya ixracının artırılması mümkün olan əmtəələr. Bunlara hazırda Azərbaycanda istehsal olunan və ya istehsal edilməsi çox qısa dövrdə asanlıqla təşkil oluna bilən mal qruplarını aid etmək olar. 3) qısamüddətli dövrdə Azərbaycandan Almaniya ixracı mümkün ola bilən əmtəələr. Qısamüddətli dövr dedikdə biz maksimum beş ili nəzərdə tuturuq. 4) Ortamüddətli dövrdə Azərbaycandan Almaniya ixracı mümkün ola bilən əmtəələr. Orta müddət dedikdə biz maksimum 8-10 illik müddəti nəzərdə tuturuq. Əvvəlki qruplardan (birincidən başqa) fərqli olaraq bu kateqoriyaya nisbətən yüksək texnoloji məhsullar daxil edilmişdir. Nisbətən yüksək texnologiyaların ölkəyə cəlb olunması üçün, əvvəla, bu sahədə uğur qazanmış transmilli şirkətin Azərbaycana cəlb olunması lazımdır. İkincisi, bu sahədə peşəkar kadrların yetişdirilməsi tələb olunur ki, bu da müəyyən bir müddətdən sonra mümkün ola bilər.

Almaniya, həmçinin Avropanın və digər regionların inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan bazarlarının geniş çeşiddə əmtəələrə tələbi vardır və böyük potensialı olan Azərbaycan bu planları reallaşdırmaq imkanına malikdir: 1) insan kapitalının zəif inkişafı səbəbindən heç bir ölkədə, o cümlədən nisbətən kiçik bazara malik olan Azərbaycanda yuxarıdakı son üç qrupda qeyd olunan əmtəələrin istehsalı və ixracının təşkil olunması ortamüddətli dövrdə mümkün deyildir. Ona görə də bu məhsullardan aşağıdakı iki meyar əsasən kiçik bir qisminin seçilməsi zəruridir:

▪ Azərbaycan bu sahədə yüksək rəqabət üstünlüyünə malik olmalıdır. Bu məhsulların ortamüddətli dövrdə Azərbaycanda istehsalı mümkün deyildir. Uzunmüddətli dövrdə ən yüksək texnoloji məhsulların da Azərbaycanda istehsalının təşkil olunması və bu məqsədlə uyğun transmilli şirkətlərin ölkəyə cəlb olunması mümkündür. Bu sahədə uğurlu təcrübəyə malik olan Malayziyanı misal götürmək olar.

▪ Məhsullar arasında dayanıqlı olaraq ən yüksək mənfəətliliyə malik olanları seçilməlidir. Almaniya idxalı əsasında formalaşdırılan əmtəə qrupları, bu siyahıdan kənar qalan (yəni Almaniyanın idxal etmədiyi) çoxlu əmtəələr də vardır ki, Azərbaycan üçün məhsul seçimində potensial rəqabət qabiliyyətinə malik olan bütün mümkün məhsullar nəzərə alınmalıdır.

▪ İstər əmtəə, istərsə də xidmət seçimi zamanı mal qrupları ilə kifayətlənmək olmaz. Bu qruplar külli miqdarda məhsulu özündə ehtiva edir və Azərbaycanın bu məhsullardan məhz hansıları üzrə ixtisaslaşacağı xüsusi tədqiqatın nəticəsi olmalıdır. Misal üçün, əzəçilik məhsullarının hamısının Azərbaycanda istehsalı hətta ortamüddətli dövrdə real görünür. Eyni qayda ilə qeyri-üzvi kimyəvi məhsullardan məhz hansıları üzrə Azərbaycanın rəqabət üstünlüyünə malik olması tədqiq olunmalıdır.

Avropa Birliyi, xüsusilə Almaniya ilə ölkənin xarici iqtisadi və ticarət əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi, bu əsasda iqtisadiyyatın aparıcı sahələrinin qlobal dəyər zəncirinə səmərəli inteqrasiyası Azərbaycanın uzunmüddətli inkişaf strategiyasının əsas istiqamətlərindən biri hesab olunur. Azərbaycan və Almaniya arasında iqtisadi və ticarət əlaqələrinin potensial genişlənmə limitlərini qiymətləndirmək mühüm metodoloji həllər tələb edir. Bu məqsədlə Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin hazırladığı ticarət vəziyyəti üzrə metodologiyadan istifadə edilmişdir.

Almaniyanın baxılan sahələr üzrə dünya bazarında mövqeyini nəzərə almaqla Azərbaycanın ticarət performansını əsasında iki ölkə arasında ticarətin genişlənməsi potensialı qiymətləndirilmişdir. Azərbaycan dissertasiyada baxılan sahələr üzrə xalis idxalatçı kimi çıxış edir və dünya bazasında çox cüzi paya malikdir. Halbuki, həmin sahələr üzrə istehsalın genişləndirilməsi və qlobal dəyər zəncirinə qoşulmaq üçün ölkə geniş potensial imkanlara malikdir. Həm məhsul və həm də bazar üzrə aşağı diversifikasiyaya malik olma, xaricə zəif əsaslanma və idxaldan asılılıq analoji sahələrin zəif inkişafı ilə bağlıdır. Bunun nəticəsi olaraq dünya bazarında ölkənin rəqabətlik imkanları məhduddur və çox zəif mövqeyə malikdir.

Almaniya ilə Azərbaycan birgə müəssisələrinin məhdud sayı malik olması ölkəmizə qeyri-neft sektoru üzrə birbaşa xarici investisiya cəlbindəki problemi göstərir. Eyni zamanda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən birgə və xarici investisiyalı müəssisələrin ölkə mənsubiyyəti haqqında məlumatlar da açıq deyil. Birgə müəssisələr və xarici investisiya cəlb baxımından tikinti və ticarət kimi xidmət sahələri xarici investorlar üçün cəlbedici olsa da, istehsal sahələrində bu fəaliyyət formasının təşviqi prioritet olmalıdır. Ölkədə qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafı üçün texnoloji yenilənmə və rəqabətli istehsalın formalaşdırılması zəruriliyini nəzərə alaraq Almaniya ilə ikitərəfli əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi buna mühüm töhfə verə bilər.

Almaniya ilə müştərək müəssisə və xarici kapitalın ölkəyə əhəmiyyətli axını münbit investisiya mühitinin qorunması istiqamətində həyata keçirilən tədbirlərlə sıx əlaqəli olmalıdır. Tədqiqatlar göstərir ki, aşağıdakı qeyri-neft sahələri texnoloji dəstək və inkişaf perspektivi baxımından Almaniya ilə birgə müəssisə yaradılması və ya BXİ cəlbinin artırılması üçün: 1) kimya və metallurgiya sənayeləri; 2) maşınqayırma sənayesi və tikinti materiallarının istehsalı; 3) yeyinti və yüngül sənayesi; 4) aqrar sektorun maddi-texniki bazasının gücləndirilməsi və 5) İKT sahələri məqbul hesab oluna bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycanın xarici ticarəti. Statistik məcmuə. Bakı 2020. -218s.
2. Hüseynov T. Azərbaycanın milli iqtisadi inkişaf modeli: nəzəriyyə və praktika, Bakı, 2015. - 396 s.
3. Məhərrəmov A.M., Aslanov H.H. (2008). Xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi. Bakı, 2014 – 400 s.
4. Şəkərliyev A.Ş. Dövlətin iqtisadi siyasəti: dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi (monografiya). Bakı, İqtisad Universiteti, 2011, 542 s.
5. International Trade Centre (ITC) /Methodological recommendations for authors www.intracen.org
6. http://ec.europa.eu/economy_finance/research/macroeconomic_models_en.htm ...Fiscal consolidations and spillovers in the Euro area periphery ...ec.europa.eu > publications > 2013 > pdf > ecp506_en Publications. B-1049 ... 1 Corsetti et al (2012), Roeger and in 't Veld (2013).
7. [https:// Trade Competitiveness Map Analyse country and product competitiveness with trade flows. Trade Performance HS; Consistency of Trade Statistics; Trade ...](https://TradeCompetitivenessMapAnalysecountryandproductcompetitivenesswithtradeflows.TradePerformanceHS;ConsistencyofTradeStatistics;Trade...)
8. [https:// lib.aliyevheritage.org](https://lib.aliyevheritage.org) > ...Azərbaycan - Almaniya münasibətləri; www.dia.az > print:page,1,185...Merkelin Azərbaycana səfəri nə vəd edir? - Dia.az

*Гюнай Танрыверди кызы Алиева
докторант Института Экономики НАНА*

**Потенциалы расширения торгово-экономического сотрудничества
Азербайджана с Германией**

Резюме

В статье рассматривается влияние внешних связей с Германией на экономическое развитие Азербайджана, на основе комплексного и систематического анализа динамики азербайджано-германских торгово-экономических отношений, определяются пути расширения торгово-экономического сотрудничества между Азербайджаном и Германией, тенденций и приоритетов, а также использования потенциала внешней торговли и стимулирования экспорта Азербайджана. А также в соответствии с методологией торгового Положения, разработанной Международным торговым центром оценивается этот потенциал расширения экономических и торговых отношений между Азербайджаном и Германией.

Ключевые слова: Германия, внешние связи, внешняя торговля, экспорт, импорт, внутренние и внешние рынки, сравнительное преимущество, эффект конкурентоспособности, индекс эффективности торговли.

*Gunay Tanriverdi Aliyeva
doctoral student of the Institute of Economics of ANAS*

Potential for expanding trade and economic cooperation between Azerbaijan and Germany

Summary

The article discusses the impact of foreign relations with Germany on the economic development of Azerbaijan, based on a comprehensive and systematic analysis of the dynamics of Azerbaijani-German trade and economic relations, identifies ways to expand trade and economic cooperation between Azerbaijan and Germany, trends and priorities, as well as use the potential of foreign trade and export promotion of Azerbaijan. And also, in accordance with the methodology of the trade regulations developed by the International Trade Center, this potential is estimated by the expansion of economic and trade relations between Azerbaijan and Germany.

Key words: Germany, external relations, foreign trade, export, import, domestic and foreign markets, comparative advantage, competitive effect, trade efficiency index.