

UOT 339.5

*Sevda Məzahim qızı SÜLEYMANLI*  
*doktorant, Azərbaycan Kooperasiya Universiteti*

## BEYNƏLXALQ TİCARƏT VƏ RESPUBLİKADA MƏİŞƏT ƏŞYALARI BAZARININ İNKİŞAFI

### *Xülasə*

**Tədqiqatın məqsədi** - Azərbaycanda məişət əşyaları bazarının inkişaf imkanlarını müəyyən etməkdir.

**Tədqiqatın metodologiyası** - tədqiqat işində ümumiləşdirilmə və müqayisəli təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın təbii əhəmiyyəti** - məişət əşyaları bazarının inkişafını idxaldan asılılığın azaldılması və bu istiqamətdə ölkəmizdən valyuta axınını minimumlaşdırmağa kömək edən iqtisadi mexanizm kimi əsaslandırmağa çalışmışdır.

**Tədqiqatın nəticələri** - öyrənilən məsələ göstərdi ki, daxili bazarın məişət əşyaları seqmenti tam olaraq idxal əsasında inkişaf edir, əhalinin aşağı təbəqələri onları almaqda çətinliklərlə üzləşirlər.

**Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi.** Respublikamızda istehsalı və ixracı olmayan məhsulların istehsalı üçün yerli imkanlardan səmərəli istifadə etməklə ixracın əmtəə strukturunu təkmilləşdirmək mümkün olacaqdır.

**Açar sözlər:** *daxili bazar, məişət əşyaları, beynəlxalq ticarət, imkanlar, strukturlaşdırma, idxalın azaldılması, təkmilləşdirmə.*

### *Giriş*

Azərbaycanda daxili bazarın müxtəlif seqmentlərinin, o cümlədən məişət əşyaları bazarının inkişafında beynəlxalq ticarət mühüm rol oynayır. Respublikamızda məişət əşyaları istehsal edilmədiyi üçün daxili bazarın bu seqmenti idxal əsasında inkişaf edir ki, bu da ölkəmizdə valyuta axınının artmasına səbəb olur. Məhz bu cəhəti nəzəri olaraq Prezident İ.H.Əliyev tərəfindən 26 dekabr 2016-cı ildə verilmiş Fərmana əsasən “Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafının Strateji Yol Xəritəsi”ndə respublikada istehsal olunmayan və ixrac edilməyən məhsulların artırılmasına xüsusi diqqət verilmişdir.

Məqalədə respublikamızda daxili bazarın məişət əşyaları seqmentinin inkişafı ilə bağlı məsələlər öyrənilmiş və əməli təkliflər irəli sürülmüşdür.

### **Respublikada beynəlxalq ticarətin ümumi inkişaf meyilləri**

Qeyd etmək lazımdır ki, hər bir ölkənin iqtisadiyyatının, o cümlədən onun ayrı-ayrı sektorlarının formalaşması və inkişafı tələb və təklifin fəaliyyəti, həmçinin beynəlxalq əmək bölgüsünün faydalarından səmərəli şəkildə istifadə nəticəsində baş verə bilər. Tam iqtisadi sistem təşkil edən bu qanunlar və amillər isə onların təkcə ölkə daxilindəki fəaliyyətini deyil, eyni zamanda beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərindən istifadəyə yönəlmiş beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən onun əsası hesab olunan xarici ticarətin də inkişafını nəzərdə tutur. Bu şəraitdə ölkə-daxili və beynəlxalq sahələrdə iqtisadiyyatın mühüm hissəsini özündə birləşdirən bazar strukturlarının təmin olunması və tarazlaşdırılması, o cümlədən tələb və təklifin həcmi və strukturu, istehlakçıların gəlirləri və mövcud qiymətlər arasında dinamik uyğunluğun yaradılması üçün təklif yalnız milli istehsal hesabına yox, həmçinin də idxal mənbələri hesabına formalaşır.

Xarici iqtisadi əlaqələr, xüsusən xarici investisiyalar yalnız təklifin hazır məhsullar və xidmətlərlə təmin olunmasında iştirak etməklə kifayətlənməyib, eyni zamanda daxili istehsalın özünün də dirçəlməsinə və inkişafına şərait yaradır, beynəlxalq bazarlara yol açır. Qeyd etdiklərimiz bazar iqtisadiyyatına keçmiş dövrlər, o cümlədən Azərbaycan Respublikası üçün daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Məhz bu xüsusiyyətləri nəzərə alan Azərbaycan Respublikasında son illərdə

xarici ticarət sürətlə artmış, bazar strukturlarının inkişafı üçün əlverişli mühit, istehlak bazarının seqmentlərinin inkişafında daxili və xarici mənbələrdən istifadə üçün isə stimullaşdırıcı şərait yaradılmışdır. Qeyd etdiyimiz amillərdən istifadənin məntiqi nəticəsidir ki, 1994-cü ildə cəmi 3 dövlətlə ticarət edən respublikamız 2019-cu ildə dünyanın 168 dövləti ilə ticarət etmiş, ixrac üzrə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 12 milyarddan yüksək olmuş və xarici ticarətimiz müsbət saldo ilə nəticələnmişdir. Bütün bunlar daxili bazarın bütün sektorlarının, o cümlədən məişət əşyaları bazarının inkişafında böyük rol oynamışdır. Məlumat üçün qeyd edək ki, keçən yüzilliyin axırlarında Azərbaycanda istehlak bazarının əsas hissəsi xarici ticarət hesabına ödənilirdi. Bunun da təqribən 65-70 faizi ərzaq, qalan hissəsi isə qeyri-ərzaq mallarının payına düşürdü. Qeyri-ərzaq malların strukturunda məişət əşyaları üstünlük təşkil edir. Xarici ticarətin hesabına respublikamızda məişət əşyaları bazarında baş verən dəyişikliklər ölkəmizdə tələbin özünün formalaşmasına və onun yeni sistemə uyğun istiqamətdə təşəkkül tapmasına təsir göstərir. Bu təsir isə bir tərəfdən tələbin yeni strukturunun və mənbənin inkişafı, digər tərəfindən isə təklifin artması, zənginləşməsi, qiymətlərin sabitləşməsi, hətta aşağı düşməsi nəticəsində insanların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə də səbəb olur. Qeyd etdiyimiz əlverişli və əlverişsiz dəyişiklikləri 1990-2018-ci illərin məlumatlarından aydın görə bilərik. Məlumatlardan görüldüyü kimi Azərbaycanda xarici ticarətin mal dövriyyəsi 1991-ci ildə böyük həcmdə olmuş, sonra qeyri-sabit şəkildə dəyişmiş, 1994-cü ildən 2001-ci ilə kimi xarici ticarət saldosu mənfəət olmuş, 2004-2018-ci illərin hamısı isə müsbət saldo ilə başa çatmışdır. Bütün bu dəyişikliklər Azərbaycanda istehlak bazarına və onun aparıcı seqmentlərindən biri olan məişət əşyaları bazarına da təsirsiz ötməmişdir. Qeyd etdiyimiz bu dəyişikliyi nəzərdən keçirməmişdən qabaq Azərbaycanda xarici ticarətin dəyişilməsi meylini aşağıda verilmiş cədvəlin materialları timsalında nəzərdən keçirtməyi məqsəduyğun hesab edirik. (bax: cədvəl 1).

*Cədvəl 1.*

**2005-2018-ci illərdə Azərbaycanda xarici ticarətin inkişaf meyilləri**

İllər	Ticarət dövriyyəsi	İdxal	İxrac	Saldo (ixrac-idخال)
2005	8558,4	4211,2	4347,2	136,0
2006	11638,9	5366,7	6372,2	1105,5
2007	11771,7	5713,5	6058,2	344,7
2008	54922,8	7166,6	47756,2	40589,6
2009	20824,5	6123,1	14701,4	8578,3
2010	27960,8	6600,6	21360,2	14759,6
2014	39462,1	9187,7	30274,4	21086,7
2015	20646	9221	11425	2204,0
2017	24257,6	8782,0	15475,6	6693,6
2018	30923,6	11465,0	19458	7993,6

*Cədvəl, Azərbaycanın xarici ticarəti 2010-2018-ci illərin statistik məcmuəsi əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib. səh. 634.*

Azərbaycanda uzun illər xarici ticarətdə ixracda neft, idxalda isə ərzaq məhsulları üstünlük təşkil etmişdir. 2015-ci ildən sonra ölkəmizdə idxalın strukturunda ərzaq məhsullarının xüsusu çəkisi 18,0%-ə düşmüşdür. Bunun əksi olaraq Azərbaycanda idxalın strukturunda məişət əşyalarının xüsusu çəkisi sürətlə artmışdır. Bu proses ölkəmizdən xaricə valyuta axınının güclənməsinə səbəb olmuşdur. Məişət əşyalarının idxalının güclənməsi hesabına respublikamızda valyuta axını əsasən İtaliya, Almaniya, Çin və s. dövlətlərin timsalında özünü büruzə verir. Təqdirəlayiq cəhət odur ki, qeyd etdiyimiz ölkələrin Azərbaycanla ticarət dövriyyəsinə mövqeləri möhkəmlənməklə getdikcə yaxşılaşır. Məlumat üçün qeyd edək ki, İtaliya 2006-cı ildə malik olduğu 1-ci yeri 2019-cu ildə də qoruyub saxlaya bilmişdir. Almaniya eyni ildə 6-cı yerdə olmasına baxmayaraq Azər-

baycanla ticarət-iqtisadi əlaqələrin yaxşılaşdırılması nəticəsində 2019-cu ildə 2-ci yerə, ABŞ 12-ci yerdən 8-ci pilləyə, Tailand 30-cu yerdən 10-cu yerə, İndoneziya isə 72-ci yerdən 3-cü yerə, Yaponiya 24-cü yerdən 11-ci yerə qalxmışdır.

Bunlarla yanaşı Azərbaycanın son illərdə xarici ticarət əlaqələri bir çox dövlətlərlə, o cümlədən sərhədyanı ölkələrlə zəifləməyə doğru meyil etmişdir. Qonşu ölkələrlə, o cümlədən Türkiyə ilə ticarət əlaqələri 2000-ci ildəki 3-cü yerdən 2018-ci ildə 7-ci yerə, İran İslam Respublikası ilə 8-ci yerdən 31-ci pilləyə düşmüşdür. Qeyd etdiyimiz illərdə xarici ticarətin həcmi Böyük Britaniya və Şimali İrlandiya Birləşmiş Krallığı ilə 5-ci yerdən 9-cu yerə, Ukrayna ilə 10-cu yerdən 17-ci yerə, Qazaxıstan ilə 13-cü yerdən 25-ci pilləyə enmişdir.

Azərbaycanın qonşu ölkələrlə xarici ticarətinin həcmnin azalması əsasən respublikamıza ərzaq məhsullarının idxalının azalması hesabına olmuşdur. Fikrimizcə, bu meyil normal hal kimi qiymətləndirilməlidir [2]. Çünki, Azərbaycan Prezidentinin Fərmanları əsasında respublikamızda bir çox sosial-iqtisadi proqramlar, Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafına dair qəbul edilmiş Strateji Yol Xəritəsinin tələblərinə görə ölkəmizdə iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsi, idxaldan asılılığın azaldılması, ixracıya yönülməli iqtisadiyyatın yaradılması kimi dövlət əhəmiyyətli əzəmətli vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur. Məhz buna görə respublikamızda əhalinin ərzaq məhsullarına tələbatının yerli istehsal hesabına ödənilməsində köklü irəliləyişlər baş vermişdir [2]. Bu dəyişikliklər bazar münasibətləri şəraitində istehlak bazarında ərzaq məhsullarına tələb və təklifin inkişafına da xeyli təsir göstərmişdir. Bir tərəfdən tələbin yeni strukturu formalaşır, digər tərəfdən isə güclənmiş rəqabət şəraitində istehlakçıların seçim imkanları genişlənir, qiymətlər aşağı düşür və bununla da onların alıcılıq qabiliyyətinin yüksəlməsi üçün şərait yaranır. Lakin təəssüf hissi ilə qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda qeyd etdiyimiz müsbət dəyişikliklər daxili bazarın məişət əşyaları seqmentində müşahidə olunmur.

Azərbaycanın xarici ticarətinin strukturunda əhalinin bu məhsullara olan tələbatının idxal hesabına ödənilməsi özünü qabarıq göstərir. Məhz buna görədir ki, Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafının Strateji Yol Xəritəsində göstərilir ki, yaxın illərdə respublikamızda istehsal edilməyən və ixracı olmayan məhsulların xarici bazarlara çıxarılmasında əsaslı dönüş yaradılmalıdır [1].

#### **Beynəlxalq ticarətin məişət əşyaları bazarının inkişafına təsir amili kimi əsaslandırılması**

Nəzərə almaq lazımdır ki, xarici ticarət yalnız məişət əşyaları bazarının əhalinin bu qəbildən olan müxtəlif məhsullarla təmin edilməsi amili kimi çıxış etmir. Bu istiqamətdə xarici ticarət həm də istehlakçıların gəlirlərinə təsir göstərir. Belə ki, ölkədə məişət əşyalarının istehsal imkanlarının yaradılması hüquqi və fiziki şəxslərin məşğulluq səviyyəsinin yüksəlməsinə, onların gəlirlərinin çoxalmasına səbəb olur. Eyni zamanda onu da təəssüflə qeyd etmək lazımdır ki, xarici ölkələrdən (Çindən, Malaziyadan və s.) idxal olunan məişət əşyaları çox zaman əhalinin ailə büdcəsinə mənfi təsir göstərir və sağlamlıq normalarına uyğun gəlmir. Bu hal ən çox Çində istehsal olunan məişət əşyalarının təmir olunmaması (bir dəfə istifadə üçün nəzərdə tutulan məişət əşyaları), yumşaq mebellərin sintetik məhsullardan hazırlanması (tərkibindəki kimyəvi maddələrin isti şəraitdə buxarlanması) ilə əlaqədar özünü büruzə verir. Qeyd etdiyimiz səbəblərdən bu ölkələrdən respublikamızın məişət əşyaları bazarına daxil olan məhsulların istehlakçıların azalması müşahidə olunur. Bunun əksi olaraq xarici ticarətin strukturunda Türkiyədən, İtaliyadan, Almaniyadan və s. dövlətlərdən Azərbaycanın məişət əşyaları bazarına daxil olan malların xüsusi çəkisinin artması istehlak bazarına təsirin güclənməsinə səbəb olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, xarici ticarətin məişət əşyaları bazarının formalaşmasına və inkişafına təsiri həm birbaşa, həm də dolaylı yolla baş verir. Birbaşa təsir idxal-ixrac əməliyyatları ilə əlaqədar baş verdiyi halda, dolaylı təsir çoxşaxəlidir. Xarici iqtisadi-ticarət əlaqələrinin ölkədəki bazara dolayısı təsirinin öz istiqamətləri vardır ki, bunlara aşağıdakılar daxildir:

- məişət əşyaları üzrə bazar tələbatının daha dolğun ödənilməsi və inkişafı üçün yeni imkanların yaranması;
- ölkədə məişət əşyaları bazarının tələbatından artıq istehsal olunmuş və dünya standartlarına cavab verən əmtəələr üçün beynəlxalq bazarlara çıxış yollarının axtarılması;

- milli bazarın genişlənməsi nəticəsində məişət əşyalarına qiymətin aşağı salınması imkanları;
- beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərinə uyğun ixtisaslaşmaq üçün məişət əşyalarının yerli istehsal potensialının innovativ amillər əsasında inkişaf etdirilməsi və beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərindən səmərəli istifadə olunması üçün şəraitin yaradılması.

Xarici ticarətin məişət əşyaları bazarına birbaşa və dolaylı təsir istiqamətləri əsasında ticarətin ümumiyyətlə bazara, o cümlədən məişət əşyaları bazarına təsir mexanizmini, onun üsullarını nəzərdən keçirək.

Məlumdur ki, hər hansı bir ölkə özünün iqtisadi-coğrafi və digər amillərinə əsasən müəyyən məhsulların istehsalının onun üçün səmərəli olması üstünlüklərindən istifadə etməlidir. Şəxsiz ki, bu işi dövlət tamamilə bazarın ixtiyarına buraxmamalıdır. Çünki xarici ticarət əlaqələrində iştirak edən tərəflər əksər hallarda cəmiyyətin ümumi maraqlarından çox, öz maraqlarına uyğun fəaliyyət göstərməyə çalışırlar. Digər tərəfdən isə yerli istehsalın, məişət əşyaları və digər bazar sektorlarının qorunması, ÜDM-in artmasına şərait yaradılması və s. bu kimi makroiqtisadi problemlərin həlli məsələyə ümumdövlət, ümumölkə baxımından yanaşmağı tələb edir (2). Məhz buna görə də dövlətin xarici ticarətə müdaxilə etməsi, bu amilin hesabına bazarın bütün seqmentlərinin inkişafına marağının güclənməsi obyektiv tələbata çevrilir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, Dövlətin iqtisadi proseslərə bu təsiri isə əsasən tənzimlənmə fəaliyyəti formasında olduqda gözlənilən səmərə daha çox ola bilər.

Məlumdur ki, nəzəri cəhətdən sərbəst şəkildə həyata keçirilən xarici ticarət bu prosesdə iştirak edən ölkələrin hər biri üçün faydalıdır. Lakin real həyatda iştirakçı dövlətlərin milli maraqları və ölkə daxilində cəmiyyətin ümumi marağı ilə xarici ticarətdə təmsil olunan tərəflərin xüsusi maraqları üst-üstə düşmədiyindən xarici ticarətin dövlət tərəfindən müxtəlif vasitələrlə tənzimlənməsi zərurəti ortaya çıxır [5].

Müasir dövrdə bütün dünya ölkələrində xarici ticarətlə milli bazarlar və onun ayrı-ayrı seqmentlərinin inkişafı müəyyən dərəcədə dövlət tərəfindən tənzimlənilir. Bu tənzimlənmə sistemlərinin müxtəlif ölkələrdə fərqli cəhətlərinin olmasına baxmayaraq, onların hamısı aşağıdakı ümumi fəaliyyət prinsiplərini rəhbər tuturlar:

1. İlk növbədə dövlət suverenliyi prinsipi. Bu prinsip aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- milli iqtisadi maraqlar (milli iqtisadiyyatın və daxili bazarın sektorlarının tarazlı inkişafı, mütərəqqi struktur dəyişikliklərin stimullaşdırılması, milli iqtisadiyyatın dünya təsərrüfat sistemində səmərəli inteqrasiyası və s.) nəzərə alınmaqla müstəqil xarici ticarət-iqtisadi siyasət həyata keçirmək;
- beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sahəsində bağlanmış müqavilə və sazişlərdən irəli gələn öhdəliklərə qeyri-şərtsiz əməl etmək;
- xarici ticarət iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsini həyata keçirən milli dövlət orqanları sistemini formalaşdırmaq (gömrük orqanları və s.);

2. Açıq iqtisadiyyat şəraitində təsərrüfat subyektlərinin xarici iqtisadi-ticarət fəaliyyət ilə məşğul olmağın prinsipi. Bu prinsip həmin sahədəki təsərrüfat fəaliyyəti iştirakçıları üçün bir sıra hüquqların təmin edilməsini nəzərdə tutur. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- ölkə qanunvericiliyi ilə nəzərdə tutulmuş hallar istisna olmaqla, ölkənin bütün şəxslərinin xarici ticarət-iqtisadi fəaliyyətin istənilən növü ilə məşğul olmaq hüququ;
- xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrə (mülkiyyət formasından və digər əlamətlərindən asılı olmayaraq) könüllü daxilolma hüququ;
- xarici ticarət-iqtisadi fəaliyyətindən əldə olunmuş vəsaitə sahib olmaq, sərəncam vermək və istifadə etmək hüququ;

3. Təsərrüfat subyektlərinin xarici ticarət fəaliyyəti iştirakçılarının hüquq bərabərliyi və onlara münasibətdə ayrı-seçkilik qoymamaq prinsipi. Bu prinsip öz növbəsində aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- xarici ticarət-iqtisadi fəaliyyətin bütün subyektlərinin (mülkiyyət formasından və digər əlamətlərindən asılı olmayaraq) hüquq bərabərliyi;

- dövlətin xarici ticarət-iqtisadi fəaliyyət subyektinin hüquqlarını məhdudlaşdırmağa və ayrı-seçkilik qoymağa yönəldilmiş hər hansı bir hərəkətinin qadağan edilməsi;
- xarici ticarət fəaliyyətinin hər hansı bir subyekti tərəfindən məhdudlaşdırıcı siyasətin yolverilməzliyi.

4. Açıq iqtisadiyyat şəraitində qanunların aliliyi prinsipi. Həmin prinsip aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- xarici ticarət fəaliyyətinin yalnız dövlətin qanunları ilə tənzimlənməsi;
- xarici ticarətin bütün iştirakçılarının öz fəaliyyətlərini həyata keçirərkən dövlət qanunları ilə müəyyən olunmuş qaydalara riayət etmək vəzifəsi;
- xarici ticarət-iqtisadi fəaliyyətin subyektinə dövlət qanunlarının müəyyən etdiyindən əlverişsiz şərait yaradan qanun qüvvəli aktlardan və yerli idarəetmə orqanlarının aktlarından hər hansı bir şəkildə istifadə edilməsinin qadağan edilməsi;
- xarici ticarət subyektlərinin hüquqlarının qanuni maraqlarının dövlət tərəfindən müdafiəsi.

5. Xarici ticarət iqtisadi əlaqələrin dövlət tənzimlənməsində bazarların, o cümlədən məişət əşyaları bazarının inzibati yox, iqtisadi yol və metodlara üstünlük verməsi prinsipidir ki, bu da bazar münasibətlərinin öz təbiətindən irəli gəlir.

90-cı illərdən sonra dünyada baş verən köklü siyasi, iqtisadi dəyişikliklər dünya təsərrüfat sisteminin bütövləşməsinə və beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin vahid hüquqi, inzibati və təşkilati-texniki əsaslarının yaradılmasına zəmin yaratmışdır ki, bu da ayrı-ayrı dövlətlərdə xarici ticarətdə öz təsirini göstərir.

Apardığımız təhlillər göstərir ki, müasir dövrdə xarici ticarət və milli bazarların tənzimlənmə sistemləri bir sıra səciyyəvi xüsusiyyətlərə malikdir.

Belə ki, xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin müasir milli tənzimlənmə sistemlərinin ən mühüm xüsusiyyəti onların möhkəm hüquqi baza əsasında formalaşmasıdır. Xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsi bu sahədə dövlətin icra hakimiyyəti orqanlarının səlahiyyət hədlərini və xarici ticarət-iqtisadi fəaliyyət subyektlərinin hüquq və vəzifələrini dəqiq müəyyən edən qanunlara əsaslanır. Hazırkı şəraitdə xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin milli tənzimlənmə sistemlərinin ən mühüm xüsusiyyətlərindən biri də dövlətlərdə bu sistemlərin hüquqi, inzibati və təşkilati-texniki əsaslarının uyğunlaşdırılması və eyniləşdirilməsi, həmçinin tənzimlənməsinin həyata keçirilmə mexanizminin uzlaşdırılmasıdır [3]. Göründüyü kimi kvota tətbiq olunması zamanı malın daxili bazar qiyməti dünya bazar qiymətindən çox olur və bu vəsait kvota üçün lisenziyası olan şirkətlərin xeyrinə qalır.

Təcrübə göstərir ki, eyni zamanda həm rüsum, həm də kvota tətbiq olunanda malın daxili bazar qiyməti artır, yerli istehlakçıların rifahı aşağı düşür. Lakin kvotanın rüsumdan iki əsas fərqi vardır. Əvvəla, rüsum tətbiq edildikdə, bazara çıxarılan və ya gətirilən (satılacaq) malın həcmi öz-özünə, tələb və təklifin prinsipinə uyğun olaraq tənzimlənir. Kvota tətbiq edildikdə isə əgər hökumət tənzimlənmə işini bazarın öz ixtiyarına buraxırsa o zaman kim idxal etdi, o qazandı prinsipi meydana çıxar, gömrük məntəqələrində növbə yaranar və burada irəli gələn arzuolunmaz proseslər baş verə bilər. Odur ki, hökumət kvotanı lisenziyalaşdırma məcburiyyəti ilə qarşılaşır. İkincisi, rüsumun tətbiqindən əldə edilən vəsait vergi şəklində büdcəyə yığıldığı halda onlar bu gəlirin bir hissəsini öz imiclərini artırmağa (televiziya, konfranslar, xeyriyyəçilik tədbirləri və s.) xərcləyirlər. Kiçik bir hissəni isə lisenziya pulu kimi ödəyirlər. İlk baxımdan rüsum kvotadan daha faydalı görünə bilər lakin unutmaq lazım deyil ki, intizamlılıq şəraitində belə püsum hər ay, hətta hər il dəyişdirilə bilmədiyindən, rəqabət üstünlüyünə malik xarici şirkətlərə yerli istehsalı sıxışdırmağa şərait yarada bilər. Ona görə də bəzi ölkələrdə kvotaya müraciət etmə zərurəti yaranır. Beləliklə, xarici ticarət iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənmə vasitələrindən konkret şəraitin tələbləri nəzərə alınmaqla kompleks şəkildə istifadə olunması daha məqsədəuyğundur. Başqa sözlə, fəal surətdə beynəlxalq iqtisadi əməkdaşlığa qoşulan ölkələrdə dövlətin məqsədyönlü xarici ticarət-iqtisadi əməkdaşlıq strategiyası hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir. Çünki, məhz bu halda ümumi milli istehlak bazarının, o cümlədən onun segmentlərinin formalaşması və inkişafı ən əlverişli şəraitdə həyata keçir.

Bəzi hallarda bir çox istehlak malları, o cümlədən, məişət əşyaları üzrə ölkənin bazar fondunun daxili istehsal mənbələri hesabına təmin edilməsi çox aşağı səviyyədə olur, yaxud mümkün olmur. Bundan əlavə, məlum olduğu kimi Azərbaycanda köhnə istehsal texnologiyası ilə istehsal olunan məişət əşyalarının (1970-ci illərdə soyuducular, məişət kondisionerləri) keyfiyyəti aşağı, qiymətləri isə yüksəkdir. Bu vəziyyət məişət əşyaları bazarında istehlakçıların zövqünə uyğun gəlmir. Ölkənin məişət əşyaları bazarının xarici ticarət üçün açıq olması istehlakçının öz tələbatına uyğun olaraq daha keyfiyyətli mal əldə edə bilməsinə şərait yaradır. Digər tərəfdən mövcud rəqabət, məişət əşyaları üzrə daxili istehlakçıların öz istehsallarını daha mütərəqqi üsullarla həyata keçirməsinə və öz istehsalına stimül yaradır ki, bu da son nəticədə istehlak məhsulları üzrə milli istehsalın keyfiyyətinin və səmərəliliyinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Ona görə də Azərbaycanda normal məişət əşyaları bazarının formalaşması baxımından xarici ticarətin inkişaf etdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Lakin bu zaman öz milli istehsalımızın inkişafı, idxal olunan malların daha keyfiyyətli olması tələblərini yaddan çıxarmaq olmaz. Bu zərurətin reallaşması Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafının Strateji Yol Xəritəsində qarşıya qoyulan tələblərdən irəli gəlir.

Fikrimizcə, müasir dövrün xüsusiyyətlərini və dünya təcrübəsini nəzərə almaqla belə qənaətə gəlmək olar ki, hazırkı mərhələdə bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələr üçün xarici ticarət hər bir ölkənin xaricə fəaliyyət strategiyasına uyğun olaraq aşağıdakı prinsiplərə əsaslanmalıdır:

- xarici ticarətdə beynəlxalq əməkdaşlıq siyasətinin vahidliyi və sistemliyinin təmin olunması;
- xarici ticarətdə əməkdaşlıq siyasətinin ardıcılığı və proqnozlaşdırılmasının təmin olunması;
- məqsədlərin və ya hədəflərin ardıcılığının düzgün müəyyənləşdirilməsi;
- milli iqtisadiyyatda xarici ticarət əlaqələrinin mövcud vəziyyətinin obyektiv qiymətləndirilməsi;
- ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsündəki üstünlüklərinin düzgün müəyyənləşdirilməsi;
- xarici ticarət sistemində dövlətin tənzimlənmə rolunun nəzərə alınması (rüsüm və kvotalardan düzgün istifadə olunması);
- dünya iqtisadiyyatında baş verən qlobal proseslərin və inkişaf meyillərinin nəzərə alınması.

Məişət əşyalarının idxalının genişlənməsi daxili bazarda rəqabəti gücləndirir və nəticədə ölkədə istehsal olunan müvafiq məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün stimül yaradır.

### *Nəticə*

Müəyyən edilmişdir ki, genişmiqyaslı məişət əşyaları idxalının mövcudluğu ölkədə əhalinin məşğulluğunun təmin olunmasında və yerli məişət əşyalar istehsal edə bilən sənayenin inkişafına maneçilik törədən amil ola bilər. Məhz bu baxımdan milli məişət əşyaları istehsalının yaradılması bazarda sağlam təklif yaratmaqla yanaşı respublikanın daxili bazarının və ölkə istehsalının mənafeyinə uyğun vəziyyət yaradır, milli istehsalın buraxdığı malların rəqabət qabiliyyətini yüksəldir, beynəlxalq bazarlarda Azərbaycanın mövqeyinin yaxşılaşmasına kömək edir.

### ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafının Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 26 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı.
2. Quliyev E.A. “Aqrar iqtisadiyyat”. Bakı, 2015. s.319
3. Əhmədov N.H. “Azərbaycanda xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı və istehlak bazarının formalaşması. Bakı, 2005, s.81.
4. Gənciyev G.Ə. “Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər”. Bakı, 2012. s.396.
5. Vəliyev D.Ə. “Beynəlxalq iqtisadiyyat”. Bakı, 2012, s.400.

*Севда Мазахим кызы Сулейманлы  
докторант, Азербайджанский Университет Кооперации*

### **Международная торговля и развитие рынка бытовых изделий в республике**

#### **Резюме**

**Целью исследования** - является выявление возможностей для развития рынка бытовых товаров в Азербайджане.

**Методология исследования** - в работе использовались методы обобщения и сравнительного анализа.

**Важность применения исследования**-заключается в снижении зависимости от импорта для развития рынка бытовых товаров и в обосновании экономического механизма, который помогает минимизировать приток иностранной валюты из нашей страны в этом направлении.

**Результаты исследования** - показали, что внутренний сегмент внутреннего рынка развивается полностью за счет импорта, и низшие слои населения сталкиваются с трудностями в их получении.

**Оригинальность и научная новизна исследования**-научная новизна статьи. Улучшить товарную структуру экспорта можно будет за счет эффективного использования местных возможностей для производства не экспортной продукции в нашей стране.

**Ключевые слова:** *внутренний рынок, бытовые товары, международная торговля, возможности, стимулы, сокращение импорта, улучшение.*

*Sevda Mazakhim Suleymanli  
doctoral of Azerbaijan Cooperation University*

### **International trade and development of the domestic products market**

#### **Summary**

**The purpose of the study**- is to identify opportunities for the development of the home goods market in Azerbaijan.

**Methodology** – usage in the work were used methods of generalization and comparative analysis.

**The importance of applying the research** -is to reduce the dependence on imports of home goods market development and justification of the economic mechanism which helps to minimize the inflow of foreign currency from our country in this direction.

**The results**- of the study-showed that the domestic segment of the domestic market develops entirely due to imports, and the lower strata of the population face difficulties in obtaining them.

**Originality and scientific novelty of research** - is the scientific novelty of the article. It is possible to improve the commodity structure of exports by effectively using local opportunities for the production of non-export products in our country.

**Key words:** *domestic market, household goods, international trade, opportunities, incentives, import reduction, improvement.*