

UOT: 338.43

Leyla Elxan qızı HACIYEVA
Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi,
Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzinin doktorantı
leila.haciyeva@mail.ru

ÜZÜMÇÜLÜK VƏ ŞƏRABÇILIQ KOMPLEKSİNDƏ İXRACIN STİMULLAŞDIRILMASI MEXANİZMLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – ölkə iqtisadiyyatının mühüm sahələrindən biri olan aqrar sektorun inkişafı ixracyönümlü istehsal potensialının formalaşdırılmasından birbaşa asılıdır. Lakin formalaşdırılmış bu potensialın səmərəliliyinin artırılması istehsal olunan məhsulun xarici bazarlara çıxarılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsini tələb edir.

Tədqiqatın metodologiyası – tədqiqat işində təhlil, ümumiləşdirmə, metodiki və metodoloji yanaşmalardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – ölkədə istehsal olunan şərab məhsullarının xarici bazarlarda tanındılması və rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması istiqamətində əməli fəaliyyətin formalaşdırılması.

Tədqiqatın nəticələri – ölkədə şərab məhsullarının dünya bazarlarına çıxarılması istiqamətində həyata keçirilən əməli tədbirlərin, ticarət evlərinin yaradılması və “Azərbaycan brendi”nin təşviqi istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – tədqiqat aqrar-ixrac problemlərinin həllində müasir təşkilati və metodoloji yanaşmaları özündə əks etdirməkdə orijinaldır.

Müasir elektron ticarət kitablarından istifadənin genişləndirilməsi ilə yanaşı ənənəvi –distrübiter şəbəkələrinin qurulması, ixtisaslaşdırılmış mağazalar şəbəkəsinin genişləndirilməsi, beynəlxalq yarmarkaların keçirilməsi və s.

Açar sözlər: *üzümçülük və şərabçılıq kompleksi, ixracın stimullaşdırılması, tənzimlənmə mexanizmi, lisenziyalaşdırma, rəqabət mühiti.*

Giriş

Üzümçülük və şərabçılıq Azərbaycanın dövlət müstəqilliyi şəraitində milli iqtisadiyyat sisteminə yeni inkişaf dövrünə qədəm qoymuşdur. Ulu öndər Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə 2002-ci ildə “Üzümçülük və şərabçılıq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmiş, ölkəmizdə regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair dövlət proqramlarında, habelə 2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramında üzüm istehsalının dəstəklənməsi nəzərdə tutulmuşdur. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2011-ci il 15 dekabr tarixli 1890 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2012-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında üzümçülüğün inkişafına dair Dövlət Proqramı”nda, habelə ölkə Prezidentinin 3 may 2018-ci il tarixli 38 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2018–2025-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında şərabçılığın inkişafına dair Dövlət Proqramı”nda isə sahənin inkişaf strategiyasını formalaşdıran kompleks tədbirlər sistemi müəyyən edilmişdir.

Bu baxımdan ölkənin ixrac potensialı üzümçülük və şərabçılıq kompleksinin idarə edilməsində səmərəli tənzimlənmə sisteminin qurulması bazar iqtisadiyyatı şəraitində aqrar-sənaye sferasının uğurlu inkişafının təmin edilməsinin mühüm şərtlərindən biridir.

Çoxsaylı müsbət cəhətlərinə baxmayaraq, bazar iqtisadiyyatı bütün cəmiyyətin və hər bir vətəndaşın maraqları baxımından sosial-iqtisadi prosesləri avtomatik olaraq tənzimləmək iqtidarında deyildir. Aqrar-sənaye sferasında tənzimlənmə sisteminin iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı və onunla bağlı sahələrinin özəlliklərini nəzərə almaqla formalaşdırılır. Bununla yanaşı, aqrar-sənaye sferası-

nın ayrı-ayrı sahələrinin özünəməxsus xüsusiyyətləri tənzimləmə qaydaları və mexanizmlərdə fərqli cəhətləri şərtləşdirmiş olur.

Üzümçülük və şarabçılıq kompleksi aqrar-sənaye sferasının bir sektoru olaraq çoxtərəfli xüsusiyyətlərə malikdir. Bu xüsusiyyətlər texnoloji, iqtisadi, ekoloji, sosial, mədəni, mənəvi, tarixi səciyyəli amillərlə bağlıdır. Bunların kompleksli nəzərə alınması tənzimlənmənin xüsusi tələblərə uyğun qurulması əsasında mümkün ola bilər. Daha doğrusu, üzümçülük və şarabçılıq sahələrinin tənzimlənməsinə digər sahələrdən fərqli cəhətləri olan, özəl xüsusiyyətlərə malik tənzimləmə mexanizmlərinin formalaşdırılmasına ehtiyac yaranır. Bu sahədə səmərəliliyin təmin olunması, istehsal və ixrac sferalarının bütün spesifik xüsusiyyətlərini əhatə edən tənzimləmə mexanizmlərinin tətbiqini və vaxtaşırı tənzimlənməsini tələb edir.

İxracın stimullaşdırılması mexanizminin şərtləri

Azərbaycan Respublikasında üzüm və şarabçılıq məhsulları istehsalının dinamik inkişafının davamlı olaraq həyata keçirilməsi xarici bazarlara çıxışın genişləndirilməsi ilə bağlıdır. Bununla əlaqədar, həmin istiqamət üzrə fəaliyyətin inkişaf etdirilməsinə xüsusi diqqət yetirilməsi tələb olunur.

Hazırkı dövrdə təzə üzüm ixracı məhsulun ümumi istifadəsində 1%-dən az paya malikdir (cədvəl 1).

Cədvəl 1.

2010-2018-ci illərdə üzüm ixracının göstəriciləri

№	Göstəricilər	2010	2015	2016	2017	2018
1.	İxracın həcmi, ton	984	2038	4138	2520	3311
2.	Əvvəlki dövrə nisbətən, faizlə	-	207,1	203,0	60,9	131,4
3.	Ümumi istifadədə xüsusi çəkisi, faizlə	0,68	1,2	2,6	1,5	1,8

Mənbə: Cədvəl Azərbaycanın ərzaq balansları 2016, səh 31; 2019, səh 34 məlumatları əsasında tərtib edilmişdir.

Göründüyü kimi, araşdırılan dövrün əvvəlində ixrac olunan məhsulun nisbi həcmi çox kiçik olmuş və yalnız ixracın stimullaşdırılması tədbirlərinin reallaşdırılması ilə əlaqədar, 2015-ci ildə ümumi istifadəyə nisbətdə 1%-i keçmişdir.

Müasir şəraitdə Azərbaycanda istehsal olunan şarabın əhəmiyyətli hissəsi ixrac olunur. Aşağıdakı cədvəldən göründüyü kimi, üzüm şarabı ixracının həcmində, təzə üzüm ixracına analoji olaraq, illər üzrə müəyyən qalxıb-enmələr müşahidə edilsə də, ortamüddətli planda ümumi artım meyli özünü büruzə verir (cədvəl 2).

Cədvəl 2.

2010-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında üzüm şarabı ixracının göstəriciləri

		2010	2015	2016	2017	2018
1	İxracın həcmi, - min dal - əvvəlki ilə nisbətən %-lə	223,9 157,7	194,5 151,1	189,5 97,4	375,0 197,9	657,6 175,4
2.	İxracın məbləği, min ABŞ dolları	4034,0	3794,7	3385,3	6008,6	7721,7
3.	Üzüm şarabı ixracının hazır ərzaq məhsulları, spirt və spirtsiz içkilər, sirkə, tütün mal qrupunda xüsusi çəkisi, %-lə	1,9	1,4	3,0	5,4	8,5

Mənbə: Cədvəl Azərbaycanın xarici ticarəti 2019 statistika məcmuəsi səh. 57, 78, 80; 110 məlumatları əsasında tərtib edilmişdir.

Təhlillər göstərir ki, ixrac olunan məhsulun natural ifadədə həcmi 2010-2018-ci illərdə 2,9 dəfə, 2015-2018-ci illərdə 3,4 dəfə artmışdır. Lakin sonrakı illərdə isə ixracın ümumi istehsalda xüsusi çəkisi aşağı düşməyə başlamışdır.

Yuxarıdakı cədvəlin məlumatlarından da aydın olduğu kimi, 2010-2018-ci illərdə üzüm şərabı ixracının ABŞ dolları ilə məbləği 1,9 dəfə artmışdır. Bu mənbədən əldə olunan gəlirlərin “üzüm şərabı ixracının hazır ərzaq məhsulları, spirt və spirtsiz içkilər, sirkə, tütün” mal qrupunda xüsusi çəkisi də müəyyən qədər enmişdir. Bu göstəricinin xüsusi çəkisi ümumilikdə aşağı olaraq qalmaqdadır. Nəzərə almaq lazımdır ki, 1990-cı illərin ortalarında üzüm şərabı göstərilən mal qrupu üzrə ixracın təxminən $\frac{1}{4}$ hissəsini təşkil edirdi. İxracın natural ifadədə orta illik həcmi isə 2016-2018 - ci illərin müvafiq göstəricilərindən 7-8 dəfə artıq olmuşdur.

Üzüm şərabının ixrac coğrafiyası əhatə olunan ölkələrin və regionların sayı baxımından çox da geniş deyil. Azərbaycan şərabını idxal edən ölkələr arasında ənənəvi olaraq Rusiya Federasiyası dominantlıq edir.

Son illərdə Çin XP və Avropanın bir sıra ölkələrinin istehlak bazarlarına çıxarılmaya başlansa da Rusiyaya şərab ixracının həcmi ilbəil ardıcıl olaraq yüksəlir. Məlumatlardan göründüyü kimi, son illərdə həmin göstəricinin artım tempi əhəmiyyətli surətdə artmışdır. 2010-2018-ci illərdə ölkəmizdən Rusiya bazarına ixrac olunan üzüm şərabının natural ifadədə həcmi 3 dəfədən çox artmışdır. İxracın dəyər ifadəsində həcmi 3 dəfə yüksələrək 6,4 milyon ABŞ dollarından çox olmuşdur. 2018-ci ildə ixracda Rusiyanın payı məhsulun dəyər ifadəsində həcminə görə 83,0%, natural həcminə görə 94,1 % təşkil etmişdir.

Təhlillər göstərir ki, böyük həcmli bazar kimi Rusiya gələcəkdə də Azərbaycan üçün üzüm şərabının ixrac edildiyi əsas ölkə olaraq qalacaqdır. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsində də Rusiya üzümçülük məhsullarının əsas potensial ixrac bazarı kimi nəzərdə tutulmuşdur [1].

Hazırkı mərhələdə də Azərbaycan Respublikası üzüm və şərabçılıq məhsulları istehsalında müqayisəli üstünlüyə malikdir. Onun dolğun reallaşdırılması əsasında müvafiq məhsulların ixracının genişləndirilməsi əhəmiyyətli dərəcədə bu sahədə müasir tələblərə uyğun tənzimləmə və stimullaşdırma mexanizmlərinin qurulması ilə bağlıdır. Müasir şəraitdə dünya şərabçılıq məhsulları bazarında məhz ölkələrin və şirkətlərin rəqabətqabiliyyətiliyinin təmin edilməsində dövlətlər nisbətən daha aktiv rolə malikdirlər.

Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin məlumatına əsasən, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 15 dekabr tarixli 1890 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2012-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında üzümçülüyn inkişafına dair Dövlət Proqramı”na uyğun olaraq müəyyən edilmiş və uğurla yerinə yetirilən strategiyaya əsasən ölkədə üzümlüklərin sahəsinin artırılmasına xüsusi diqqət yetirilməkdədir. Buna müvafiq olaraq, üzüm istehsalı və emalı da sürətlə artacaqdır. Belə şəraitdə, daxili şərab bazarının genişlənmə potensialının böyük olmaması ilə əlaqədar, istehsalı artan məhsulun əsasən xarici bazarlarda satılması zəruriliyi meydana gəlir. Bu isə öz növbəsində, ixrac sahəsində sərt genişləndirmə siyasətinin reallaşdırılması siyasətinin həyata keçirilməsi sayəsində mümkündür.

Bu sahədə dünya praktikasında son dövrlər üçün göstərilən yanaşmanın uğurla həyata keçirilməsi nümunələri mövcuddur. Avstraliya XXI əsrin başlanğıcında 10 il ərzində üzümlüklərin sahəsini 2.5 dəfədən çox artırmaqla, şərab ixracını da sürətlə genişləndirməyə nail olmuş və bu sahədə aparıcı dövlətlərin sırasına qoşulmuşdur. Hazırda 100-dən çox ölkəyə şərab ixrac edir. Şərab ixracı sahəsində oxşar irəliləyişlərə XX əsrin sonlarında Avstriya da nail olmuşdur.

Qlobal maliyyə və iqtisadi böhran da nəzərə alınmaqla, xarici bazarlarda ümumi konyunkturanın dəyişilməsi şəraitində ölkəmizdən ixrac olunan bəzi aqrar-sənaye məhsullarının artım tempələrinin zəifləməsinin və ya azalmasının baş verdiyi şəraitdə həmin sferada ixracın dəstəklənməsi ilə bağlı diqqətin artırılmasını daha da aktualaşdırmışdır [3].

Şərabçılıq məhsullarının ixracı sahəsində tənzimləmə və stimullaşdırma tədbirləri özündə bir-biri ilə bağlı olan bir neçə istiqaməti birləşdirir. Onların sırasından indiki dövr üçün xüsusilə əhəmiyyətli hesab edilə biləcək aşağıdakıları ayırmaq olar.

İlk növbədə, şərabçılıq məhsullarının xarici bazarlarda rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə yönəlmiş mexanizmlərin inkişaf etdirilməsi məqsədəuyğun hesab edilməlidir. Nəzərə alınmalıdır ki, müasir mərhələdə dünyada şərab istehlakının həcmi dinamik olaraq artır, şərabçılıq məhsulları bazarı genişlənir. Bu bazarda yeni oyunçuların sayının artması və həm də rəqabətin kəskinləşməsi müşahidə edilir. Klassik şərab istehsalı və ixracı ölkələrində (İspaniya, Fransa, İtaliya və b.) şərabçılıq istehsalçıların həyat tərzini qəbul olunmuş və ixracatda da əsas diqqətin məhsulun keyfiyyət göstəricilərinin təmin edilməsinə yönəldilməsi bir ənənə halını almışdır. Lakin bazara nisbətən yaxın zamanlarda daxil olan və geniş həcmli ixracat həyata keçirməyə başlayan “yeni dünya” şərabçıları (Avstraliya, Çili, Cənubi Afrika Respublikası və b.) üçün həmin sahədə istehsalat sığır kommersiya sahəsi olaraq yanaşma səciyyəvidir. Bununla əlaqədar, “yeni ölkələr”in ixracatçıları tərəfindən ilk növbədə ucuz istehsalat nail olma əsasında sərbəst rəqabət siyasətinin reallaşdırılması məsələləri aktivləşir. Yəni ixracatın dinamik genişləndirilməsi şərabçılıq məhsullarının yüksək keyfiyyəti ilə yanaşı, istehsal məsrəflərinin də nisbətən aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi ilə bağlıdır.

Ölkəmizdə yeni üzüm plantasiyalarının yüksək məhsuldar sortlardan salınması, həm də üzümçülük sahəsinin də kənd təsərrüfatına dövlət köməyi tədbirləri çərçivəsində verilən subsidiyalardan istifadə etmələri, habelə bir çox hallarda plantasiyaların salınması üçün dövlət tərəfindən verilən aşağı faizli kreditlərdən istifadə olunması üzüm istehsalına çəkilən xərclərin səviyyəsinin aşağı olmasına yönələn mühüm amillərdir. Bununla yanaşı, hələlik şərab istehsalçılarının xammala çəkilənləri xərclərin azalması tendensiyasını formalaşdırmaq mümkün olmamışdır.

Təhlillər göstərir ki, üzümün bir sentnerinin maya dəyəri son illərdə kənd təsərrüfatı müəssisələrində 1,1 dəfəyə yaxın, o cümlədən şərabçılıq üçün xammal istehsal edən Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu üzrə 1,2 dəfə, Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu üzrə 2,1 dəfə, Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu üzrə 2 dəfə, fərdi sahibkar təsərrüfatlarında 1,5 dəfəyə yaxın artmışdır. Həmin dövrdə üzümün bir sentnerinə əmək məsrəflərinin səviyyəsi isə kənd təsərrüfatı müəssisələrində xeyli aşağı düşmüş, fərdi sahibkar müəssisələrində isə demək olar ki, dəyişilməmiş, başqa sözlə, bu sektorda üzümçülükdə əmək məhsuldarlığı yüksəlməmişdir.

Emal üçün üzüm xammalını kənddən alan müəssisələrin istehsal xərclərinin səviyyəsinin dəyişilməsində fərqli hallar müşahidə edilmişdir. Son illərdə üzümün bir sentnerinin satış qiyməti kənd təsərrüfatı müəssisələrində 10,3% aşağı düşmüş, fərdi sahibkar təsərrüfatlarında isə 24,9% artmışdır [4].

Bu baxımdan şərabçılıqda xammalla əlaqədar xərclərin səviyyəsinin aşağı salınması üçün məhsuldarlığın yüksəldilməsi, eyni zamanda istehsalçı xərclərinin azaldılmasına kömək mexanizmlərinin tətbiq edilməsi, habelə üzüm plantasiyalarının becərilməsində müvafiq dünya praktikasına uyğun resursqoruyucu texnologiyaların tətbiqinin stimullaşdırılması məqsədəuyğundur [5].

Məlumdur ki, dünya bazarında üzüm şərabının rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsində onun keyfiyyət göstəriciləri əsas rol oynayır. Müasir dövrdə xüsusilə, şərabçılıq məhsullarının ekoloji təmizliyi, yüksək qidalılıq, dietik və müalicəvi profilaktik xassələrinin olmasına diqqət yetirilir. Bunların təmin olunması məqsədilə kompleksli yanaşma əsasında tədbirlər sistemi reallaşdırılmalıdır, bazar iqtisadiyyatı şəraitində keyfiyyət göstəricilərini beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaq üçün üzüm və şərab istehsalçıları arasında istehsal, texniki-texnoloji, iqtisadi-təşkilati və sosial əlaqələr yenidən qurulmalıdır. Bunların təmin olunması məqsədilə dünya praktikasında şərab ixracı sahəsində dövlət tərəfindən xüsusi tənzimləmə və nəzarət tədbirləri həyata keçirilir.

Bir sıra ölkələrdə, o cümlədən Avstraliyada, Ukraynada şərab ixracı üçün lisenziyanın (xüsusi icazənin) alınması tələb olunur [2]. İxracın lisenziyalaşdırılmasında əsas məqsəd dünya bazarına bütün zəruri tələblərə cavab verən məhsulun çıxarılmasının təmin edilməsidir. İxracın lisenziyalaşdırılması zəruri istehsal tələblərinə əməl edilməsinə nəzarət mexanizmini təmin etməli, xarici

ticarətin kəmiyyətcə tənzimlənməsi aləti olmalı, şərabın gömrük sərhədlərindən keçirilməsinin qanuniliyinə nəzarət üçün imkan yaratmalı, saxta məhsulun ixracının qarşısını almalıdır.

Bu halda bazarda ölkənin və şirkətlərin rəqabət qabiliyyətinin qorunub saxlanması kimi başlıca hədəfə çatılması vəzifəsi ön plana çəkilir. Eyni zamanda lisenziyalaşmanın tətbiqinin ixracın genişləndirilməsi yolunda bazar subyektləri üçün əlavə maneəyə çevrilməməsinə xüsusi diqqət yetirilir. Həmin məqsədlə lisenziya alınmasının nisbətən yüngül şərtləri müəyyən edilir.

Bununla yanaşı, nəzərə almaq lazımdır ki, bəzi hallarda, xüsusilə keçid dövrü ölkələrində şərab ixracında lisenziyalaşdırmanın tətbiqi bu sahədə fəaliyyət üçün əlavə maliyyə yükünün yaranmasına və bürokratik əngəllərin meydana gəlməsinə səbəb olur. Lisenziyanın verilməsi gecikdirildiyi halda, istehsalçının fəaliyyətini buxovlamış olur. Bu istiqamətdə son dövrlərdə Ukraynada əlverişsiz təcrübə toplanılmışdır. Nəticədə ixracın lisenziyalaşdırılması mexanizmi demək olar ki, işləməz vəziyyətə gəlmişdir.

Azərbaycanda digər alkoqollu içkilər kimi, şərabın idxalı, istehsalı və satışı lisenziyalaşdırılan fəaliyyət növlərinə aid edilsə də ölkəmizdə qabaqcıl dünya praktikasına uyğun çevik lisenziyalaşdırma qaydaları formalaşdırılmamışdır. İqtisadi islahatların dərinləşdirilməsinin hazırkı mərhələsində həmin qayda aradan qaldırılmışdır. Mövcud şəraitdə şərabların ixracı ilə bir qayda olaraq həmin məhsulların istehsalçıları məşğul olurlar. Belə halda şərabın ixracı üçün lisenziyanın alınmasının tələb edilməsi əlavə bürokratik əngəllərin meydana gəlməsi ilə nəticələnə bilər. Digər tərəfdən, məhsulun ixracına görə lisenziya alınması tələbi şərabçılıq sahəsində fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektləri üçün (onların maliyyə vəziyyətinin çox da əlverişli olmadığı nəzərə alınmaqla) xərclərinin müəyyən qədər artması və son nəticədə xarici bazarlarda rəqabət imkanlarının azalmasına təsir göstərə bilər.

Qeyd edilənlər nəzərə alınmaqla, hazırda şərab ixracının lisenziyalaşdırılması qaydasının ölkəmizdə tətbiqinə yenidən baxılması tələb oluna bilər. Eyni zamanda, xarici bazarlara rəqabət qabiliyyətli məhsulun çıxarılmasına təminatların gücləndirilməsi məqsədilə bəzi digər ölkələrin praktikasında istifadə edilən yumşaq tənzimləmə qaydası kimi, şərab ixracatçılarının dövlət qeydiyyatının aparılmasının tətbiqi də əlverişli ola bilər.

İxracın tənzimlənməsi mexanizminin tənzimlənməsi qaydaları

Müasir şəraitdə dünya praktikasında şərab ixracı sahəsində nəzarət yönümlü tənzimləmə tədbiri olaraq ixrac partiyaları üçün icazə qaydası və ayrı-ayrı xarici bazarlarda satış üçün sertifikatların verilməsi qaydası tətbiq olunur. Bu zaman müraciətlərin elektron formada təqdim edilməsi geniş yayılmaqdadır və ixraca icazə üçün kiçik ölçülü haqq alınır.

Azərbaycan Respublikasından Avropa İttifaqı ölkələrinə yeyinti məhsullarının ixracının tənzimlənməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1 aprel 2005-ci il tarixli, 218 nömrəli Fərmanına əsasən ölkəmizdən Avropa İttifaqı ölkələrinə ixrac edilən yeyinti məhsullarının, o cümlədən üzüm şərabının keyfiyyətinə nəzarət sistemi tətbiq edilir. Həmin məhsulların istehsalı və emalı müəssisələrində infrastruktur və məhsulların təhlükəsizlik meyarları üzrə ekspertizasının keçirilməsi, müəssisələrə təsdiqedic kod nömrələrinin verilməsi ixracatçılara ekspertizanın nəticələri əsasında sertifikatların verilməsi tələbləri müəyyən edilmişdir. Fərmana uyğun olaraq Avropa İttifaqına məhsul ixrac edən istehsal və emal müəssisələrinin reyestri aparılmalıdır. 2016-cı ildə qəbul olunmuş “Lisenziyalar və icazələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə Avropa İttifaqı ölkələrinə yeyinti məhsullarının ixracı üçün verilən keyfiyyət sertifikatı həmin Qanunla müəyyən edilmiş “Sahibkarlıq fəaliyyətinə verilən icazələrin siyahısı”na daxil edilmişdir. Həmin Qanun, eyni zamanda icazələrin alınmasının daha əlverişli şərtlərini müəyyən etmişdir. İcazənin verilməsi “bir pəncərə” prinsipi əsasında həyata keçirilir. İcazənin verilməsinə, yenidən rəsmiləşdirilməsinə, dayandırılmasına və ləğvinə susmaqla razılıq qaydası tətbiq edilir.

Şərab məhsullarının keyfiyyətinə xüsusi tələbləri nəzərə alaraq, oxşar nəzarət tədbirlərinin digər dünya regionlarında yerləşən ölkələrə ixrac zamanı da tətbiqi zəruridir.

Qeyd edilənlərlə yanaşı, nəzərə almaq lazımdır ki, şərabçılıq məhsullarının ixracının genişləndirilməsi sahəsində yeni, inkişaf edən bazarlara çıxış və həmin bazarlarda dayanıqlı mövqelərə

viyələnmə xüsusi əhəmiyyət qazanmaqdadır. Bu baxımdan Asiya bazarları diqqəti daha çox cəlb edir. Müvafiq araşdırmaların nəticələri Azərbaycan ixracatı üçün hazırda turş və kəmturş şərəblərin satışının 75-80%-lik paya malik olduğu Çin bazarında orta qiymətli şərəblərin satışı üçün böyük potensialın olduğunu göstərir.

İnkişaf edən bazarlara şərab ixracı sahəsində potensialın reallaşdırılması məhsulun keyfiyyətinə səmərəli nəzarətin təşkili ilə bərabər, xüsusi stimullaşdırma və dəstəkləmə tədbirlərinin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Bu istiqamətdə bir sıra ölkələrin müvafiq təcrübəsinə uyğun olaraq, şərab istehsalçılarının ixrac kreditlərinin verilməsi, ixrac kreditlərinin sığortalanması və həmin kreditlərə təminatların verilməsi, ixrac olunan məhsulların ƏDV-dən azad edilməsi kimi tədbirlərin tətbiqi məqsədəuyğundur.

Stimullaşdırma mexanizminin ixracın strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün istifadəsi də əhəmiyyətlidir. Hazırkı şəraitdə dünya bazarının müvafiq segmentində tələbi nəzərə alaraq, markalı və kolleksiyalı şərəblər üzrə ixrac yönümlü layihələrin həyata keçirilməsinə məqsədli maliyyə yardımının göstərilməsi vacibdir.

Üzümçülük və şərabçılıq məhsullarının ixracının hazırda ölkəmizdə həyata keçirilən qeyri-neft ixracının inkişafına yönəlik tədbirlər sistemi çərçivəsində stimullaşdırılmasının təmin edilməsi də mühüm rol oynaya bilər. Bu sahədə, ilk növbədə, ixracın genişləndirilməsinə müstəqil yardım göstərilməsi mexanizminin səmərəli tətbiqinə nail olunmasını qeyd etmək olar.

Nəticə

Müasir şəraitdə şərab ixracatçılarının maliyyə köməyinin təşkilatı və texniki dəstək tədbirləri ilə sıx tamamlanmasına ehtiyac güclənir. “Azərbaycan şərəbi” brendi əsas ixrac regionlarının hamısında tanınmır, məhsul haqqında istehlakçılar arasında biliklər çatışmır. Müsbət imicin formalaşdırılması üçün səmərəli və genişmiqyaslı iş aparılmalıdır. Belə şəraiti nəzərə alaraq ölkədə istehsal olunan şərab məhsullarının ixracının stimullaşdırılmasına dövlət dəstəyi ilk növbədə aşağıdakı istiqamətlərə yönəldilə bilər:

1. Xarici ölkələrdə təqdimatların və şərab sərğilərinin keçirilməsi, Azərbaycan şərab ixracatçılarının fəaliyyəti üçün perspektivli olan ölkələrdə “Azərbaycan dequstrasiyasının”, o cümlədən şərab idxalçıları və ictimaiyyət nümayəndələri üçün dequstrasiyaların və digər müvafiq tədbirlərin keçirilməsi. Bu istiqamətdə “Qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 18 yanvar 2016-cı il Sərəncamı ilə müəyyən edilmiş vəzifələrin həyata keçirilməsi mühüm rol oynayacaqdır. Həmin Sərəncamla xarici ölkələrə ixrac missiyalarının təşkil edilməsinə, xarici bazarların araşdırılması və marketing fəaliyyətinə, “Made in Azerbaijan” brendinin xarici bazarlarda təşviqinə, yerli şirkətlərin ixracla bağlı xarici ölkələrdə sertifikat və patentlərin alınmasına, ixracla əlaqəli tədqiqat-inkişaf proqramı və layihələrinə çəkilən xərclərin dövlət büdcəsi hesabına ödənilən hissəsi və ödənilmə mexanizminin müəyyən edilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- xarici ölkələrin riteyrləri ilə əməkdaşlığın qurulması və genişləndirilməsi, iri şəhərlərdə restoranların şərab kartlarına yüksək keyfiyyətli Azərbaycan şərəblərinin daxil edilməsi;

- ixrac ölkələrində distrübiter şəbəkələrinin qurulması və inkişaf etdirilməsi, zəruri hallarda iri bazarları olan ölkələrin investorları ilə birgə müəssisələrin yaradılması.

Qeyd edilənlərlə yanaşı, bir sıra ölkələrin təcrübəsinə uyğun olaraq, şərab ixracatçılarının beynəlxalq şərab yarmarkalarında iştirakına, bazarlara çıxışla bağlı məsləhət və informasiya təminatının həyata keçirilməsinə dəstək verilməsi, o cümlədən müvafiq yönümlü xərclərin müəyyən hissəsinin subsidiyalaşdırılması da məqsədəuyğun sayıla bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi. B, 177 s.

2. Bayramov Ə.M. Azərbaycanca üzümçülüğün və şərabçılığın bəzi perspektiv parametrləri/ Azərbaycan ETKTİ və Tİ-nin 50 illik yubileyinə həsr olunmuş Elmi-praktiki konfrans materialları. B, 2012, s. 342-345.
3. Salahov S.V. Kənd təsərrüfatının inkişaf meyilləri və aqrar siyasət. ETKTİ və Tİ-nin Elmi əsərləri. Bakı, 2013, №2, s. 14.
4. Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin və fərdi sahibkar təsərrüfatlarının əsas iqtisadi göstəriciləri. B, 2019, Statistik məcmuə.
5. Золотаев А.Н. Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности в отрасли виноградарства и виноделия (на примере материалах Ставропольского Края). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Ставрополь, 2004.

Лейла Эльхан кызы Гаджиева
Докторант Центра Аграрных исследований
Министерства Сельского Хозяйства Азербайджана
leila.haciyeva@mail.ru

Совершенствование механизмов стимулирования экспорта в виноградно-винодельческом комплексе

Резюме

Цель исследования - развитие аграрного сектора, который является одним из важнейших секторов экономики, напрямую зависит от формирования экспортно-ориентированного производственного потенциала. Однако повышение эффективности этого сформированного потенциала требует совершенствования механизмов экспорта продукции на внешние рынки.

Методология исследования - анализ, обобщение, в работе использованы методологические и методологические подходы.

Важность применения исследования - заключается в формировании практической деятельности по продвижению производимой в стране винной продукции на внешние рынки и повышению их конкурентоспособности.

Результаты исследования - определение практических мер, предпринимаемых в стране для экспорта винодельческой продукции на мировые рынки, создания торговых домов и продвижения «азербайджанского бренда».

Оригинальность и научная новизна исследования - исследование оригинально отражает современные организационно-методологические подходы к решению аграрно-экспортных задач.

Наряду с расширением использования современных книг электронной коммерции, созданием традиционных сетей распространения, расширением сети специализированных магазинов, проведением международных ярмарок и т.

Ключевые слова: комплекс виноградарства и виноделия, стимулирование экспорта, механизм регулирования, лицензирование, конкурентная среда.

Leyla Elkhan Hajiyeva
The candidate of doctor of the Agrarian Research Center,
Ministry of Agriculture of the Republic of Azerbaijan
leila.haciyeva@mail.ru

Improving export promotion mechanisms in the viticulture and winemaking complex

Summary

The purpose of the study - the development of the agricultural sector, which is one of the most important sectors of the economy, directly depends on the formation of export-oriented production potential. However, increasing the efficiency of this formed potential requires improving the mechanisms for exporting products to foreign markets.

Research methodology - analysis, generalization, methodical and methodological approaches were used in the research work.

The importance of research application is the formation of practical activities to promote the wine products produced in the country in foreign markets and increase their competitiveness.

The results of the research - to determine the practical measures taken in the country to export wine products to world markets, the creation of trading houses and the promotion of the "Azerbaijani brand".

Originality and scientific novelty of the research - the research is original in reflecting modern organizational and methodological approaches to solving agrarian-export problems.

Along with the expansion of the use of modern e-commerce books, the establishment of traditional distribution networks, the expansion of the network of specialized stores, the holding of international fairs, etc.

Key words: *viticulture and winemaking complex, export stimulation, regulatory mechanism, licensing, competitive environment.*