



İXRAC İQTİSADI ARTIMIN TƏKANVERİCİ QÜVVƏSİ KİMİ

Tural Etibar oğlu Nəsifov ¹

XÜLASƏ

Tədqiqatın məqsədi- ixracın iqtisadi artımdakı rolunu analiz etmək, onun müsbət tərəflərini müəyyən etmək və ixraca təsir edən biləcəklər mümkün maneələri araşdırmaqla Azərbaycan nümunəsi üçün təkliflər vermək.

Tədqiqatın metodologiyası - müqayisəli təhlil və məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsində ixracın rolu tədqiq olunmuşdur. Müxtəlif ölkələrin ixrac göstəricilərinin ümumi daxili məhsula nisbətində müqayisəsi ilə yanaşı Azərbaycan iqtisadiyyatında ixracın rolu, son illərin statistik göstəricilərinin təhlili və xidmət ixracının üstünlükləri də araşdırılmışdır.

Tədqiqatın tədbiqi əhəmiyyəti - Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı sahəsində ixracın şaxələndirilməsi üzrə təkliflərin verilməsidir.

Tədqiqatın nəticələri - xarici investisiyaların təşviqi, məhkəmə hüquq sistemi üzrə reformaların keçirilməsi, qeyri-neft və qaz sahələri üzrə məhsul istehsalı və xidmətləri ilə məşğul olan sahibkarlara dəstək verilməsi tövsiyə olunur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi - ixracın formalaşmasına təsir edən amillər məhsul və xidmət ixracı kontekstində təhlil olunur və ənənəvi mal ixracı yanaşmasından fərqli olaraq təhsil, turizm və rəqəmsal xidmətlər kimi müasir ixrac istiqamətlərinə ayrıca yer verilir. Eyni zamanda, global tələb dəyişiklikləri və ticarət məhdudiyyətlərinin ixraca təsiri vahid analitik çərçivədə qiymətləndirilərək, bu amillərin ixracın şaxələndirilməsi ilə qarşılıqlı əlaqəsi sistemli şəkildə ortaya qoyulur.

Açar sözlər - ixrac, iqtisadiyyat, iqtisadi artım, rəqabət qabiliyyəti

Giriş

Cəmiyyətin ilkin formalarında iqtisadiyyat və ya ixrac anlayışları olmasa da, insanların bir-biri ilə malları dəyişməsi (barter etməsi) artıq ticarətin və həmçinin ixracın ilkin versiyaları hesab edilir. Bir fərddə və ya qrupda mövcud olan və digər fərddə və ya qrupda çatışmayan malların qarşılıqlı dəyişilməsi eyni məntiqin davamı olaraq müqayisəli üstünlük nəzəriyyəsinə də meydana çıxardı. Əgər bir ölkə hansısa məhsulun istehsalında, və ya xidmətlərin göstərilməsində digər ölkəyə nisbətən müqayisə oluna biləcək üstünlüklərə malikdirsə, o zaman hər iki ölkə üçün üstün olduğu sahəyə aid mal və məhsulların qarşılıqlı idxal-ixracı zərurətə çevrilir. Bəs ixrac ümumi iqtisadiyyata necə təsir göstərir, üstünlükləri nələrdir və ixrac üçün hansı maneələr ola bilər?

Klassik dövrdən günümüzdə qədər ixrac mövzusu iqtisadiyyatda ən geniş və ən çox analiz edilən sahələrdən biri olmuşdur. İxrac ümumi iqtisadiyyata tövhə verdiyi qədər onunla bağlı olan sahələrin araşdırılması, digər sahələrlə qarşılıqlı əlaqəsi də daim araşdırma mövzuları olmuşdur.

İqtisadiyyata təsir edən faktorlar təkcə ixrac ilə məhdudlaşmır. İxrac bu faktorlardan biri olsa da, xüsusən ÜDM-ə təsir edən əsas faktorlar istehlak, investisiyalar, dövlət xərcləri və ixrac ilə idxal arasındakı fərkdir. Müasir dövrimizdə global tələbdəki yüksəlişlər, müxtəlif regionlardakı mürəkkəb geosiyasi vəziyyət, alternativ enerji mənbələrinin yaranması ticarətə və iqtisadi artıma təsir göstərdiyi kimi ixrac mövzusunun aktuallığını da artırmışdır.

Material və metodlar

Klassik ticarət nəzəriyyəsinin davamçılarını birləşdirən əsas fikir ondan ibarətdir ki, ixrac ölkələrin iqtisadi rifahını artıran təbii və vacib bir prosesdir. Çünki o, iqtisadiyyatın öz müqayisəli üstünlüklərinə uyğun ixtisaslaşmasını təmin edir və resursların ən səmərəli şəkildə bölgüsünə şərait yaradır.

¹ Əsas müəllif/Corresponding Author: Nəsifov Tural Etibar oğlu, Doktorant, ADAU, Maliyyə və mühasibatlıq uçuotu fakultəsi, e-mail: tnasifov@gmail.com, ORCID ID: 0009-0006-9467-6635



1960-1990-cı illərin neo-klassik yanaşmaları ixracın iqtisadiyyat üçün faydalı olduğunu, ümumi inkişafa və iqtisadiyyatın böyüməsinə tövhə verdiyini əsaslandırmışdır.

Kruegerin (1980) təhlili göstərir ki, ixracyönümlü və açıq ticarət siyasəti iqtisadi inkişaf üçün vacib əhəmiyyət daşıyır, çünki bu yanaşma resursların daha səmərəli bölgüsünə şərait yaradır, yerli şirkətləri beynəlxalq rəqabətə çıxarır və ölkələrin global bazarlarda müqayisəli üstünlüklərindən istifadə etməsinə imkan verir. Yerli istehsalı təşviq edən idxalı əvəzləmə strategiyalarından fərqli olaraq ixracyönü siyasət bazarlara çıxışı genişləndirir və rəqabət əsasında səmərəliliyi artırır. Bundan əlavə, ticarət açıqlığı xüsusən inkişaf etməkdə olan ölkələrə kapital malları, öncül texnologiyalar və vacib ara məhsulları idxal etmək üçün lazım olan xarici valyutanı təmin edir ki, bu da sənayeləşməni və iqtisadi artımı sürətləndirir. Bu çərçivədə ixrac iqtisadi inkişafın əsas mühərrikinə çevrilir, məhsuldarlığı, rəqabət qabiliyyətini gücləndirir.

Bela Balassanın (1978) gəldiyi qənaətə görə bir çox ölkələr üzrə ixrac göstəriciləri ilə ümumi daxili məhsul artımı arasında güclü müsbət korrelyasiya mövcuddur.

İxracda daha çox artım yarada bilən ölkələr daha yüksək məhsuldarlıq artımı yarada bilir və daha sürətli sənayeləşmə qura bilirlər. Balassa (1978) qeyd edir ki, ixrac bazarları texnoloji yenilənmənin, rəqabətin və resurslardan səmərəli istifadənin stimullaşdırıcısı kimi çıxış edir. İxracın artması, firmalara yalnız daxili bazarla məhdudlaşmamaq və xarici, daha geniş bazarlara çıxış əldə etməklə daxili tələbat məhdudiyyətlərini aşmaq imkanı yaradır. Bu sahədə Balassanın bir çox elmi empirik sübutları vardır. O, sübut edir ki, ixracyönü iqtisadi strategiyalar daha yüksək artımla güclü şəkildə əlaqəlidir.

Müasir nəzəriyyəçilər ixrac anlayışına klassik və neoklassik ticarət nəzəriyyəsiindən fərqli, daha dinamik bir baxış gətirirlər. Onlar ixracın sadəcə ölkənin müqayisəli üstünlüyünə əsaslanan məhsul satışı deyil, firmaların və iqtisadiyyatın struktur olaraq necə inkişaf etməsinin əsas mexanizmi olduğunu göstərir. Həmçinin o qeyd edir ki, hətta müqayisəli üstünlüyün mövcud olmadığı ölkələr də bir-birinə ixrac edirlər. Biz buna misal olaraq Cənubi Koreya və Almaniyanın hər ikisinin böyük avtomobil istehsalçısı olmasına baxmayaraq, həmin malları qarşılıqlı olaraq ixrac etdiyini göstərə bilərik.

Khactu (1992) bildirir ki, ticarət açıq olduqca və ölkələr xarici bazarlara integrasiya etdikcə innovasiya tempi artır, bu da davamlı iqtisadi artımın əsasını təşkil edir.

Nəticə etibarilə müasir nəzəriyyəçilər ixracı ölkələrin xərclərini azaltması, innovasiyalar yaratması, daha məhsuldar olması və global dəyər zəncirinə integrasiya etməsi üçün əsas təkanverici qüvvə kimi dəyərləndirirlər.

Nəticələr və müzakirə. Azərbaycan iqtisadiyyatında ixrac amili.

Neft və qaz sərvətlərinin zənginliyi Azərbaycan iqtisadiyyatının aparıcı istiqamətinin təbii olaraq həmin sahə ilə bağlı olmasına səbəb olmuşdur. Bu təbii bağ ÜDM-ə uzun illər boyunca tövhə vermişdir və hazırda da verməkdədir. Eyni zamanda təbii sərvətlərin əmtəə dəyərindəki dəyişikliklər, gözlənilən enişlər, iqtisadiyyatın baza prinsiplərində göstəriləndiyi kimi həmin sərvətlərin tükənən olması qeyri – neft və qaz sahə iqtisadiyyatını da ön plana çıxarmışdır. Aşağıda bir sıra ölkə iqtisadiyyatlarında ixracın ümumi daxili məhsula nisbəti cədvəli verilmişdir.

**Cədvəl 1: Müxtəlif ölkələrin mal və xidmət ixracının ÜDM-ə nisbəti.**

Ölkə	Mal / xidmət ixracının ÜDM-ə nisbəti	Göstəricinin qeydə alındığı il
Azərbaycan	45.9 %	2024
Niderland	88.5 %	2023
Belçika	84.2 %	2023
İsveçrə	73.3 %	2023
Polşa	57.9 %	2023
Almaniya	43.4 %	2023
Cənubi Koreya	44.0 %	2023
Türkiyə	31.9 %	2023

Mənbə: Dünya Bankı Statistika məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir
(wits.worldbank.org – 02-12-2025)

Cədvəldən göründüyü kimi, ölkələrin mal və xidmət ixracının ÜDM-ə nisbəti onların iqtisadi modelindən, daxili bazarın ölçüsündən, ixracın strukturundan və xarici ticarətə açıqlıq səviyyəsindən asılı olaraq fərqlənir. Məsələn, Niderlandda, Belçikada və İsveçrədə yüksək sənaye, tranzit, daxili bazarın kiçik olması və s. səbəblərdən ixrac göstəriciləri daha yüksəkdir. Türkiyədə isə 85 milyondan çox əhali sayına görə ÜDM-nin böyük hissəsi daxili istehlakdan formalaşır və ixrac artıqda belə ÜDM-ə nisbətdi az dəyişir. Koreya nümunəsində isə güclü daxili istehsal (avtomobil, texnika və s.) ÜDM-ni yüksəldir və ixracda baş verən artımlar böyük ÜDM ilə müqayisədə az nəzərə çarpır. Orta mövqedə olan digər ölkələrdə isə (Polşa) həm daxili istehsal və istehlak, həm də xaricə ixrac prioritet olduğu üçün ixracın ÜDM-ə nisbəti orta səviyyələrdədir.

Azərbaycan misalında neft-qaz sənayesi hakim olduğu vəziyyətdə, onun ixracı ön plana çıxır və bu sahə ümumi ixracın yüksəlməsinə təsir göstərir. Sənayeləşmənin yüksək olduğu ölkələrdə iqtisadiyyatın böyük və ya kiçikliyindən asılı olmayaraq ixracın yüksək olması gözləniləndir. Dünya Bankı statistik məlumatlarına əsasən, Azərbaycanda 1995-2020-ci illərdə mal və xidmət ixracının ÜDM-ə faiz nisbəti aşağıdakı şəkildə olmuşdur. 2010-2012-ci illərdə bu göstəricinin yüksək olmasının əsas səbəbləri həmin dövrdə artan neft qiymətləri, demək olar ki mövcud bütün ixrac boru kəmərlərinin aktiv və işlək olması və bunun nəticəsində ixracın yüksək olmasıdır.

Cədvəl 2: Azərbaycanın 1995-2020-ci illərdə mal və xidmət ixracının ÜDM-ə nisbəti

İl	Xidmət və məhsul ixracı (% ÜDM)
1995	~ 13.9 %
1998	~ 22.7 %
2001	~ 29–30 %
2004	~ 40–45 %
2007	~ 48–50 %
2010	~ 50–52 %
2013	~ 48.4 %
2017	~ 48.5 %
2020	~ 35.6 %

Mənbə: Dünya Bankı & WITS.1 Statistika məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (wits.worldbank.org - 02-12-2025)



1995–2020-ci illər üzrə məlumatlar göstərir ki, Azərbaycan iqtisadiyyatında ixracın ÜDM-də payı uzun müddət yüksək olmuş, xüsusilə 2004–2015-ci illərdə neft sektorunun təsiri ilə 50% ətrafında olmuşdur. Enerji sektorundakı kəskin dəyişmələr (qiymətlərin aşağı düşməsi və s) fonunda isə ixracın ÜDM-də payı aşağı düşmüşdür.

İxracın iqtisadiyyatdakı müsbət rolu, ÜDM-ə müsbət təsirləri Azərbaycanın ümumi daxili məhsul artımında özünü göstərmişdir. ‘Əsrin Müqailəsi’nin imzalanmasından sonrakı dövrdə təbii sərvətlərin ekplotasiyası, istehsalı və ixracı ölkənin ümumi daxili məhsul göstəricilərinə yüksək şəkildə təsir göstərmişdir. Son illərdə isə ixracın əhəmiyyəti digər sahələr üzrə şaxələndirilməsində də özünü göstərmişdir.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən son on ildə Azərbaycanın ümumi ixracının əsas hissəsini hələ də “Mineral yanacaq, neft və neft məhsulları” qrupu təşkil edir. Bununla yanaşı, qeyri-neft ixracında da şaxələnmə meyli müşahidə olunur: meyvə-tərəvəz, qoz-fındıq, süd və yumurta məhsulları, plastmas, gübrə, alüminium və pambıq ixracı 2015–2024 dövründə əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Xüsusilə gübrə, süd məhsulları və pambıq kimi sahələr çox kiçik bazadan başlayaraq kəskin yüksəliş göstərmiş, plastmas və alüminium isə sənaye ixracının əsas yeni dayaqlarına çevrilmişdir. Bunun əksinə olaraq, şəkər məhsulları, mis, bəzi tekstil və balıq məhsullarında eniş və ya qeyri-sabitlik müşahidə olunmuşdur. Aşağıdakı cədvəldə 2015 və 2024-cü illərdə müxtəlif mal qrupları üzrə ixrac artımı məlumatları göstərilmişdir.

Cədvəl 3: Müxtəlif məhsullar üzrə Azərbaycanın ixrac göstəricilərinin 2015 və 2024-cü illərdəki göstəricilərinin müqayisəsi

Mal qrupu	2015 (min ABŞ dolları)	2024 (min ABŞ dolları)	Dəyişmə
Mineral yanacaq, neft və neft məhsulları	11,187,136.9	23,361,867.7	2.1 dəfə artmışdır
Yeməli meyvə və qoz-fındıq	220,247.8	496,989.6	2.3 dəfə artmışdır
Tərəvəz və yeməli kök bitkiləri	91,679.7	210,805.4	2.3 dəfə artmışdır
Süd, yumurta, bal və s.	1,579.2	97,401.3	60+ dəfə artmışdır
Plastmaslar və məmulatlar	112,451.5	368,887.3	3.2 dəfə artmışdır
Gübrələr	1,859.7	127,053.9	68 dəfə artmışdır
Pambıq	≈0	213,523.3	Kəskin yüksəliş
Alüminium və məmulatlar	15.6	197,197.5	Çox böyük artım

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (www.stat.gov.az – 10-12-2025)

İxracda mineral yanacaq, neft və neft məhsulları dominant olduğu üçün ixracın yüksək olduğu illərdə ümumi daxili məhsul göstəriciləri də yüksək olmuşdur.



İxrac iqtisadi artıma təsir edir. Yüksək ixrac göstəriciləri iqtisadiyyatda müəyyən inkişafa səbəb olur. İxracın yüksəlməsi ilk növbədə yerli istehsalat və ölkəyə valyuta axınına müsbət təsir göstərir. Xüsusən inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün bu vacib bir tövhə hesab edilə bilər. Həmçinin, ixracatla məşğul olan yerli istehsalçılar və xidmət sahəsindəki şirkətlər ixracı artırmaq üçün yeni texnologiyalar tətbiq etməklə, idarəetmə və struktur dəyişiklikləri ilə üzləşdikləri beynəlxalq rəqabətə qalib gəlməyə çalışırlar. Bu iqtisadiyyatda 'ixracdan öyrənmək' kimi də adlandırılır.

Əsasən bazarların kiçik olduğu ölkələrdə ixrac imkanları olmazsa, istehsalçıların və xidmət verənlərin böyümə istəyi və perspektivləri daha az olar. Bunun səbəbi odur ki, ixrac yeni bazarlar və imkanlar yaradır. Uğurlu ixracatçılar üçün isə bu imkanlar mövcud yerli bazardan dəfələrlə böyük ola bilər. Aşağıda bir istehsalçının yalnız daxili bazara yönəlik istehsal, ixraca yönəlik istehsal və irihəcmli ixraca yönəlmiş istehsal formalarında gözlənilən istehsal gücü, ümumi və vahid əmtəə istehsalı üçün xərcləri qeyd edilmişdir.

Cədvəl 4: İstehsal həcmi və ixracəynümlülüğün ümumi istehsal olunan məhsul sayına və xərclərinə təsirinin izahı

İstehsalın həcmi	Ümumi istehsal olunan məhsul sayı	Ümumi xərclər (AZN)	Vahid əmtəə üçün xərc (AZN)	İzah
Yerli bazara fokuslanmış istehsal	10,000/il	200,000	20.00	Ancaq daxili baxarda limitli satış edə bilər və xərcləri yüksək, vahidin qiyməti isə yüksəkdir.
İxraca hesablanmış istehsal	50,000/il	600,000	12.00	Daha böyük bazarlara ixrac edir, xərcləri azalır.
İrihəcmli ixracatçı	100,000/il	1,000,000	10.00	Böyük bazarlara ixracat nəticəsində texnoloji və idarəetmə baxımından təkmilləşir, həmçinin xərcləri aşağı düşür.

İxrac həmçinin sənayeləşməyə digər formalarda da müsbət təsir edir. İxrac nəticəsində əldə olunan xarici valyuta ölkəyə imkan verir ki, yüksək texnologiyalar, həllər və digər kapital alışları həyata keçirsin. Bütün bunlar sənayeləşməyə müsbət təsir göstərir. Yeni texnologiyalarla bərabər qlobal bazarlardakı rəqabət, keyfiyyət standartları da ölkəyə transfer olunur. Əlavə olaraq bu inkişaf yeni iş yerlərinin yaranmasına və ölkənin beynəlxalq təcizat zəncirində qoşulmasına tövhə verir.



İxracı əngəlləyən qlobal maneələr. İxrac potensiallı ölkələrin belə öz məhsullarının ixracı üçün bazarlar tapmasında müəyyən maneələr ola bilər. Buraya istehsalçı səviyyəsində məhsulun keyfiyyəti, maya dəyəri, texnoloji yeniliklərin tətbiqi, rəqabət qabiliyyətliyi problemləri ilə yanaşı, dövlət və qlobal səviyyədə təsir göstərən amillər də mövcuddur.

Qlobal tələbin dəyişməsi. Dünya bazarında müəyyən məhsullara olan tələbin artıb-azalması ixracdan gələn gəlirlərin də azalmasına səbəb ola bilər. Məsələn, enerji ixracı yönümlü bir ölkə üçün həmin məhsullara tələbat azalarsa gəlirlər də azalar. Çünki ölkənin ixracı əsasən enerji məhsullarından asılıdır. Freund (2009) qeyd edir ki, qlobal iqtisadi tənəzzül dövrlərində beynəlxalq ticarətin azalması əsasən qlobal tələbin zəifləməsi ilə izah olunur.

Bu tip dəyişmələr əsasən qlobal iqtisadi böhranlar, istehsalın yavaşlaması və ya alternativ enerji mənbələrinin artması zamanı baş verə bilər.

Əmtəə qiymətlərinin dəyişkənliyi. Neft, qaz, metallar və digər xammal qiymətlərinin beynəlxalq bazarlarda tez-tez və kəskin dəyişməsi nəticəsində bu məhsulları ixrac edən ölkələr üçün qiymətlərin enməsi büdcə gəlirlərini, ixracın dəyərini və valyuta axınını azaldır. 2014 və 2020-ci illərdə neft qiymətlərinin kəskin düşməsi buna nümunədir.

Geosiyasi risklər. Ölkələr arasında siyasi gərginliklər, münaqişələr, ticarət yollarının bağlanması, sanksiyalar və regional təhlükəsizlik məsələləri nəticəsində iqtisadi əlaqələrin pozulması başa verə bilər ki, bu da ixrac axınını çətinləşdirə bilər. Nümunə olaraq Rusiya-Ukrayna müharibəsi nəticəsində ticarət üçün yaranmış maneələr və ya sanksiyalar səbəbindən Rusiya və ya İranın ixrac göstəricilərinin düşməsinə göstərmək olar. Geosiyasi risklər ticarət xərclərinin artmasına gətirib çıxarır, bu isə ixrac etmək istəyini azaldır və nəticə etibarilə ixracın həcmi aşağı salır. (Liu və b. 2024)

Ticarət məhdudiyyətləri. Bown (2025) vurğulayır ki, ixrac məhdudiyyətləri beynəlxalq ticarətə çıxışı çətinləşdirərək ixrac fəaliyyəti və iqtisadi təhlükəsizlik üçün əhəmiyyətli risklər yaradır.

Buraya gömrük rüsumları, kvotalar, sertifikat tələbləri, ölkələrarası ticarət qadağaları və digər tənzimləyici maneələr daxildir. Bu tip maneələr artdıqda, ölkə məhsullarının xarici bazarlara çıxışı çətinləşə, ixrac xərcləri arta və rəqabət qabiliyyəti azala bilər. Xüsusilə kənd təsərrüfatı məhsullarında sertifikatlaşdırma və standart tələbləri bu tip gecikmələrə səbəb ola bilər.

İqtisadiyyatın şaxələndirilməsində xidmət ixracı amili. Yuxarıdakı nümunələrdən də göründüyü kimi ixrac həm mikro həm də makro iqtisadi göstəricilərə təsir göstərir və eyni zamanda yalnız mal ixracına və xüsusilə xammal ixracına fokuslanmaq müəyyən risklər deməkdir. Bu səbəbdən ixracın şaxələndirilməsi, mümkün olduğu hallarda xammal və ya malların ixracı ilə bərabər xidmət ixracının yüksəldilməsi də ölkələr üçün əsas prioritetlər olmalıdır. Məhsul ixracından fərqli olaraq xidmət ixracı fiziki mal deyil, intellektual, rəqəmsal və ya əməyin nəticəsi olan xidmətlərin ixracı deməkdir. İxracın şaxələndirilməsi iqtisadi inkişafın erkən mərhələlərində ölkələrin ixrac potensialını genişləndirir, beynəlxalq rəqabət qabiliyyətini gücləndirir və uzunmüddətli iqtisadi artım üçün daha sabit əsas yaradır (Cadot və b., 2011).

Azərbaycan nümunəsində xidmət ixracı sahəsində son illərdə yüksəliş müşayiət olunmuşdur. Bunu rəsmi statistik məlumatlardan da görmək mümkündür. Dünya Bankı statistikasına əsasən servis ixracında aşağıdakı irəliləyişlər qeydə alınmışdır.



Cədvəl 5: Azərbaycanda xidmət ixracının illər üzrə müqayisəli göstəriciləri

İl	Xidmət ixracı (ABŞ dolları)	İllik dəyişmə (%)
2015	4,443,986,000	—
2016	4,368,290,000	-1.7%
2017	4,688,439,000	+7.3%
2018	4,697,514,770	+0.2%
2019	3,768,387,931	-19.8%
2020	2,625,997,441	-30.3%
2021	3,801,582,939	+44.8%
2022	5,067,393,000	+33.3%
2023	6,285,240,000	+24.0%

Mənbə: Dünya Bankı Statistika məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (data.worldbank.org – 20-11-2025)

Bəzi illər üzrə göstəricilərin aşağı olması qlobal pandemiyanın nəticəsi olmuşdur. Belə ki, 2019-2021-ci illər üzrə göstəricilər digər illər üzrə göstəricilərdən aşağıdır. Nəzərə alsaq ki, 2019-2020-ci illərdə COVID 19 pandemiyasının yayılması bütün sahələrə və xüsusən də turizm sahəsinə böyük mənfi təsir göstərmişdir. Xidmət sahələrinin əksəriyyəti turizm və mobillilik ilə birbaşa əlaqəli olduğu üçün bu sahədən gələn gəlirlərdə ciddi azalma müşahidə olunmuşdur. Sonrakı illərdə isə xidmət ixracında tədrici artımlar baş vermişdir.

Azərbaycanda ixrac olunan əsas xidmət sahələrinə turizm, nəqliyyat və logistika, təhsil, telekommunikasiya və rəqəmsal xidmətlər daxildir.

Turizm sahəsi ixracı. Bekmurodova (2025) qeyd edir ki, turizm xidmətlərinin ixracı qlobal ticarətdə artan paya malik olmaqla ölkələr üçün xarici valyuta və məşğulluğun təmin edilməsində böyük rol oynayır.

Həm yay, həm qış turizmi üçün uyğun sahələrin mövcudluğu və inkişafı Azərbaycanı xarici turistlər üçün cəlbedici etmişdir. Statistika komitəsinin məlumatlarına əsasən son illərdə Azərbaycana gələn turist sayında ardıcıl olaraq artım müşayiət edilmişdir. Həmin sahəyə aid restoran, hotel, nəqliyyat sahələrində gəlirlilik də bu səbəbdən artmışdır. Bu sahə ölkədə potensial böyük xidmət ixracı sahələrindən biri olaraq inkişaf etməkdədir. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin rəsmi məlumatlarına əsasən ölkəyə gələn turistlərin sayında son 3 ildə aşağıdakı şəkildə artım olmuşdur:

Cədvəl 6: illər üzrə Azərbaycana gələn turist sayı

İl	2021	2022	2023	2024	2025
Ölkəyə gələn turist sayı	790,058 nəfər	1,602,600 nəfər	2,086,548 nəfər	2,626,838 nəfər	2,171,780 nəfər (ilk 10 ay)

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin rəsmi statistik məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (<https://tourism.gov.az/page/statistics>-14-12-2025)

Rəsmi statistik məlumatlardan da göründüyü kimi ölkəyə gələn turist sayında illər üzrə artım müşahidə olunur. 2021-ci ildə bu göstəricinin aşağı olmasının əsas səbəbi COVID-19 pandemiyasının hələ tam bitməməsi idi. Eyni statistik məlumatlara əsasən bu sahə üzrə 2017-ci ildən bəri ən yüksək göstərici 2019-cu ildə qeydə alınmışdır. Həmin il ölkəyə 3,167,897 turist gəlmişdir. Agentliyin yayımladığı mehmanxanalar üzrə indikatorların illər üzrə



müqayisəli statistikasında 2019-cu ildə Azərbaycanda toplam 49,980 çarpayı yerlik mehmanxanalar var idisə, 2025-ci ildə bu rəqəm artaraq 67,376 olmuşdur.

Yuxarıdakı statistikadan göründüyü kimi turizm xidmət sahəsi üzrə ixracın artım tempinə uyğun olaraq, alt-xidmət sahəsində (yəni, çarpayı yerlərinin sayı, digər sözlə mehmanxanaların sayı) böyümə baş vermişdir. Bu eyni zamanda daha müasir mehmanxanaların tikilməsi, daha çox iş yerlərinin açılması və həmçinin daha çox gəlir əldə edilməsi deməkdir.

Nəqliyyat və logistika sahəsi ixracı. Şimal-cənub və şərq-qərb nəqliyyat qovşağında yerləşməsi Azərbaycanda bu sahənin inkişafı üçün böyük perspektivlər yaratmışdır. Bu sahə üzrə gəlirlərə geosiyasi faktorlar da təsir etdiyi kimi, yeni logistika marşrutlarının yaradılması, nəqliyyat həbi ideyasının reallaşdırılması üzrə addımlar atılması müsbət təsir göstərmişdir. Çin, ABŞ, Singapur, Almaniya, Niderland və BƏƏ kimi yüksək logistika sistemi qura bilmiş ölkələr beynəlxalq ticarətdə əldə edilən gəlir miqdarına görə ön sıralardadırlar. Bu ölkələrin liderliyinin əsas səbəbi güclü liman infrastrukturu, inkişaf etmiş dəniz və hava daşımaları, qlobal ticarət marşrutlarında yerləşməsi və yüksək texnologiyalı logistika şirkətlərinə sahib olmalarıdır. Həmin ölkələrin təcrübələrinin öyrənilməsi və tətbiqi Azərbaycanda bu sahənin inkişafına müsbət təsir edəcəkdir.

Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatlarına əsasən son illərdə Azərbaycandan keçən yükdaşımalarda sayı artmaqdadır.

Cədvəl 7: illər üzrə yükdaşımaları (dəmir yolu, avtomobil, boru kəmərləri, dəniz və hava nəqliyyatı daxil)

İl	2020	2021	2022	2023	2024
Nəqliyyat sektorunda yük daşıymaları	207,503,8 min ton	188,629,3 min ton	193,903,2 min ton	218,715,5 min ton	238,885,7 min ton

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsinin Nəqliyyat, informasiya və rabitə üzrə əsas statistik göstəricilər bülletenində verilmiş statistik məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır (www.stat.gov.az – 10-12-2025)

Məlumatlardan da aydın olduğu kimi illər üzrə nəqliyyat daşımalarının həcmində artım müşahidə olunmuşdur. 2021-ci və 2022-ci ildə bu göstəricilərin aşağı olması daha çox pandemiyanın təsirləri, neftin qiymətindəki dəyişikliklər və qlobal ticarət şokları ilə əlaqədar olmuşdur.

Təhsil sahəsi ixracı. Təhsil xidmətlərinin ixracı xüsusilə ali təhsil sahəsində son illərdə qlobal ticarət strukturu üçün əhəmiyyətli rol oynamağa başlamışdır. Belə ki, 'İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişad Təşkilatı' ölkələrinin ali təhsil xidmətləri ixracı, Asiyadan gələn xarici tələbələrin sayının artması nəticəsində artmışdır və bu artım həmin ölkələrin xidmət ixracına birbaşa iqtisadi töhfə vermişdir (Beghin və Park, 2022).

Bu sahədə ixrac xidmətləri dedikdə daha çox xarici tələbələrin Azərbaycanın yerli universitetlərində təhsil almaları və bunun iqtisadiyyata təsirləri nəzərdə tutulur. Universitetlər xarici tələbələri qəbul edən zaman gəlir artımı ilə bərabər xidmətlərinin, yəni təhsilin daha keyfiyyətli, rəqabətçil və beynəlxalq standartlara uyğunluğu üzərində də işlər görürlər. Azərbaycanda təhsil almaq məqsədilə son illərdə daha çox Orta Asiya, Pakistan, Hindistan və ərəb ölkələrindən tələbələr gəlir.



Telekommunikasiya və rəqəmsal xidmətlər. Telekommunikasiya və rəqəmsal xidmətlər global ticarət strukturunda ən sürətlə böyüyən xidmət ixracı istiqamətlərindən biridir. Bu xidmətlərin üstünlüyü onların yüksək əlavə dəyər yaratmaları, fiziki daşıma tələbi olmadan beynəlxalq bazara çıxış edə bilməsi və texnoloji rəqabət gücünü artırmalarıdır (Natanel, 2025). Azərbaycanın bu sahədə atdığı ən strateji addımlardan biri milli peyk proqramının yaradılması və peyk xidmətlərinin ixracıdır.

Yekun Nəticə. İxracın yüksək olması bu və ya digər formada iqtisadiyyata müsbət təsir göstərir. İxrac çox zaman genişmiqyaslı iqtisadi genişlənmənin katalizatoru kimi çıxış edir. Mal və xidmətlərin ixracı işsizliyin azalmasına, rəqabətçiliyə, gəlirin artmasına, istehlakın artmasına, istehsalın böyüməsinə, texnoloji inkişafa və s. yol açır. İqtisadiyyatın və ixracın şaxələndirilməsi isə bu effekti daha da gücləndirir. Azərbaycan nümunəsində ixrac göstəricilərinin daha çox neft və qaz sahəsi üzrə ixrac göstəricilərinin təsiri ilə yüksək olması narahatedici məqam olaraq qalmaqdadır. İxracın şaxələndirilməsi hazırda dövlət tərəfindən hədəf kimi qoyulmuşdur. Bu hədəfə daha sürətli və asan yetişmək üçün isə xarici investisiyaların təşviqi, məhkəmə hüquq sistemi üzrə reformların keçirilməsi, qeyri-neft və qaz sahələri üzrə məhsul istehsalı və xidmətləri ilə məşğul olan sahibkarlara dəstək verilməsi tövsiyə olunur. Nəticə etibarilə həmin addımlar ixracın yüksəlməsinə və iqtisadi artıma səbəb ola bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Balassa, B. (1978). Exports and economic growth: Further evidence. *Journal of Development Economics*, 5(2), 181–189. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(78\)90006-8](https://doi.org/10.1016/0304-3878(78)90006-8)
2. Bekmurodova, F. (2025). Global tourism export: Importance and current trend in post-pandemic era. *Advanced Economics and Pedagogical Technologies*, 1(3), 32–40. DOI:10.60078/3060-4842-2024-vol1-iss3-pp32-40.
3. Bown, C. P. (2025). How export restrictions threaten economic security. *Journal of International Economic Law*, 28(2), 278–292.
4. Cadot, O., Carrère, C. və Strauss-Kahn, V. (2011). Export diversification: What's behind the hump? *The World Bank Economic Review*, 25(2), 283–317.
5. Freund, C. (2009). The trade response to global downturns: Historical evidence. *World Bank Policy Research Working Paper*, No. 5015.
6. Khactu, D. N. (1992). Review of Innovation and Growth in the Global Economy by G. M. Grossman & E. Helpman. *Journal of Third World Studies*, 9(2), 536–539. <http://www.jstor.org/stable/45197311>
7. Krueger, A. O. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=228069
8. Liu, K., Fu, Q., Ma, Q. və Ren, X. (2024). Does geopolitical risk affect exports? Evidence from China. *Economic Analysis and Policy*, 81, 1558–1569.
9. Natanael, Y. (2025). Digital services exports and frontier technology readiness: cross-country evidence from emerging and advanced economies. *International Economics and Economic Policy*, 22, 46
10. Beghin, J. & Park, B. (2022). The exports of higher education services from OECD countries to Asian countries: A gravity approach. *The World Economy*, 45(4), 1050–1080.



EXPORT AS A DRIVING FORCE OF ECONOMIC GROWTH

Nasifov Tural Etibar

Abstract

Purpose of the study – to analyze the role of exports in economic growth; identify its positive aspects, and, by examining potential barriers that may affect exports, to provide recommendations for the case of Azerbaijan.

Methodology of the study – the research was conducted using comparative analysis and logical generalization methods. The role of exports in enhancing the competitiveness of the economy was examined. Alongside a comparison of export-to-GDP ratios across different countries, the role of exports in the Azerbaijani economy, an analysis of recent statistical indicators, and the advantages of service exports were also investigated.

Practical significance of the study – to develop recommendations on export diversification aimed at fostering the development of the Azerbaijani economy.

Results of the study – the promotion of foreign investment, the implementation of reforms in the judicial system, and the provision of support to entrepreneurs engaged in production and services in the non-oil and gas sectors are recommended.

Scientific novelty of the study – the factors influencing export formation are analyzed within the context of both goods and services exports. Unlike traditional approaches focused on merchandise exports, particular attention is paid to modern export directions such as education, tourism, and digital services. At the same time, the impact of changes in global demand and trade restrictions on exports is assessed within a unified analytical framework, systematically revealing their interaction with export diversification.

Keywords – export, economy, economic growth, competitiveness

РОЛЬ ЭКСПОРТА КАК КАТАЛИЗАТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Турал Этибар оглы Насифов

Аннотация

Цель исследования – проанализировать роль экспорта в экономическом росте, определить его положительные стороны и, исследуя возможные препятствия, влияющие на экспорт, разработать рекомендации для Азербайджана.

Методология исследования – исследование выполнено на основе методов сравнительного анализа и логического обобщения. Изучена роль экспорта в повышении конкурентоспособности экономики. Наряду с сопоставлением показателей экспорта к валовому внутреннему продукту различных стран, проанализирована роль экспорта в экономике Азербайджана, статистические показатели последних лет, а также преимущества экспорта услуг.

Практическая значимость исследования – разработка предложений по диверсификации экспорта в целях развития экономики Азербайджана.

Результаты исследования – рекомендуется стимулирование иностранных инвестиций, проведение реформ в судебно-правовой системе, а также поддержка предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере производства продукции и оказания услуг в нефтегазовых секторах.

Научная новизна исследования – факторы, влияющие на формирование экспорта, анализируются в контексте экспорта товаров и услуг. В отличие от традиционного подхода, ориентированного на товарный экспорт, особое внимание уделяется современным направлениям экспорта, таким как образование, туризм и цифровые услуги. При этом влияние изменений глобального спроса и торговых ограничений на экспорт оценивается в рамках единой аналитической модели, что позволяет системно выявить их взаимосвязь с диверсификацией экспорта.

Ключевые слова – экспорт, экономика, экономический рост, конкурентоспособность

Məqalə daxil olmuşdur: 28.11.2025

Дата поступления статьи в

The date of the admission of the

Təkrar işləməyə göndərilmişdir:

редакцию: 28.11.2025

article to the editorial office:

08.12.2025

Отправлено на повторную

28.11.2025

Çapa qəbul edilmişdir: 24.12.2025

обработку: 08.12.2025

Send for reprocessing: 08.12.2025

Принято к печати: 24.12.2025

Accepted for publication: 24.12.2025