



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI**  
**İQTİSADI İSLAHATLARIN TƏHLİLİ VƏ KOMMUNİKASIYA MƏRKƏZİ**

---

Xidmətlər ixracının inkişafında perspektivlər mövcuddur

İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin  
departament rəhbəri Nicat Hacızadə

Xarici ticarətin stimullaşdırılması istiqamətində Prezident İlham Əliyev tərəfindən iqtisadi və ticari islahatlar davam etdirilir. Mal və məhsulların ixracında şaxələndirmə siyasəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Buna baxmayaraq, Covid-19 pandemiyası dövründə ixracın diversifikasiyasının yalnız mal və məhsullar üzərindən deyil, xidmət sektoru üzərindən də genişlənməsi zəruridir. Pandemiya səbəbi ilə tələb və təklifin darlaşması ötən ilə nisbətən genişlənmə ilə əvəzlənərək xidmətlər ixracında bərpanı sürətləndirir. Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (ÜTT) pandemiya dönmündəki bəyanatlarına əsasən xidmət ixracının daha çox diversifikasiya olduğunu müşahidə edə bilərik. Pandemiya dönmündə mal və məhsul ixrac-idxalı ilə paralel nəqliyyat və turizm xidmətlərindəki tənəzzül xidmət ticarətinin də azalmasına gətirib çıxarıb. Nəzərə alsaq ki, sözügedən xidmətlər bu sektorun ixrac və idxalında yüksək faiz paya malikdir. Habelə, beynəlxalq satınalmalarda iştirakın məhdudiyətləri tikinti sektoru öndə olmaqla digər xidmət sahələrinə də mənfi təsir göstərib. Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF), Avropa Statistika Xidməti (Eurostat), İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (OECD) statistikalarına əsasən, xidmət ixracı 2020-ci ilin birinci rübündə 6%, ikinci rübündə 30%, üçüncü rübündə 24% və dördüncü rübündə isə 18% enmə ilə müşahidə olunub.

Pandemiya dönmündə ən çox zərər turizm və nəqliyyat xidmətlərində qeydə alınıb ki, bu müvafiq olaraq -69% və -14% civarında dəyişir. Məhsul ixracına dəstək verən xidmətlərdə (elektron ticarət platformaları) isə cəmi 4% azalma qeydə alınıb. Nəzərə alsaq ki, pandemiya zamanında elektron ticarət üzərindən sifarişlərin stimullaşması, qeyd edilən sektorun daha

az tənəzzülü ilə nəticələnib. Xidmət ticarətində əsas tənəzzül göstəriciləri ABŞ, Kanada, Avropa İttifaqı, Çin, Yaponiya və Cənubi Koreyada qeydə alınıb. Belə ki, sözügedən ölkələrdə ticarət ortalama 15-23 faiz intervalında ressesiyaya uğrayıb.

Pandemiya zamanında xidmət ticarətində dəyən zərərin minimallaşdırılması və yeni texniki tənzimləmələrin işlənməsi hazırda aktualdır. Beynəlxalq təcrübəyə əsasən, dünyanın inkişaf etmiş və bir sıra inkişafda olan ölkələri xarici ticarət indikatorlarını səsləndirən zaman xidmət sektoru ilə bərabər açıqlayırlar. Həqiqətdir ki, dünya ticarətində hələ də əmtəə dövriyyəsi xidmət dövriyyəsini üstələyir. Amma bir sıra Avropa Birliyi ölkələrində xidmət sektorunun payı əmtəə ixracına daha yaxındır. Xidmətlər ixracında lider mövqeyə malik ABŞ, Böyük Britaniya və Avropa İttifaqının xidmətlər sektorunda xüsusi texniki tənzimləmələri mövcuddur. Bu da digər idxalçıları yüksək standartlı xidmətlər istehlak etməyə sövq edir.

Azərbaycanın xarici ticarətində mal və məhsul ixracı ilə paralel xidmətlər ixracında yeni prioritetlərin formalaşması əsas çağırış hesab edilə bilər. Ölkəmizin xidmət ixracı ilə bağlı statistikaları Mərkəzi Bankın nəşr etdiyi tədiyyə balansının cari hesabları əsasında müəyyən edilir. 2020-ci ilin yekunlarına görə Azərbaycanın makroiqtisadi sabitliyinin dayanıqlığına dəstək olan xidmət ixracı nəqliyyat xidmətləri üzrə qeyri-neft ixracında 1,3 milyard ABŞ dolları təşkil edib. Rəqəmlər yük daşımaları xidməti üzrə 1,1 milyard ABŞ dolları, sərnişin daşımaları üzrə 36,3 milyon ABŞ dolları, digər nəqliyyat xidmətləri ixracı üzrə isə 118,3 milyon ABŞ dolları olub. Xidmət ixracı habelə, turizm xidmətləri üzrə 47,4 milyon ABŞ dolları, tikinti xidmətləri üzrə 28,9 milyon ABŞ dolları, maliyyə xidmətləri üzrə 9 milyon ABŞ dolları, digər işgüzar xidmətlər üzrə isə 542 milyon ABŞ dolları təşkil edib.

Bu statistikaların əksəriyyəti üzrə mənfi saldoya baxmayaraq, xidmət sektorunun ixracdakı payını artırmaq üçün kvalifikasiyalı və innovativ təfəkkürlü insan kapitalına, inkişafda olan təhsil potensialına, əlverişli coğrafi mühitə, nəqliyyat qovşağına malik ölkələr sırasındayıq. Təşəbbüs mühitinin və onun kriteriyalarının daha da artırılması xidmətlər ixracında artıma səbəb ola bilər. Dünyanın əksər ölkələri kimi Azərbaycanda da xidmətlər ixracında dominantlıq turizm və nəqliyyat-loqistika sektorlarının payına düşür. Ölkəmizdə pre-pandemiya dövründə sözügedən sektorlar əsas drayver idi.

Azərbaycanda xidmət sektorunun ticarəti üzrə hüquqi bazanın və bu istiqamətdə təşviqlərin formalaşdırılması üçün Türkiyə nümunəsi ən əlverişli təcrübə hesab edilə bilər. İstər qanunvericilik, istər təşviq mexanizmləri istiqamətində Türkiyə Cümhuriyyəti ilə əməkdaşlıq xidmət ticarətimizin diversifikasiyası və əhatə dairəsinin daha da artmasına

müsbət təsir göstərəcəkdir. Türkiyə Cümhuriyyətinin ənənəvi xidmətləri tərkibinə turizm və nəqliyyatdan əlavə, səhiyyə, tikinti (beynəlxalq tenderlərdə iştirak vasitəsilə), yaradıcılıq (mədəniyyət), vergi və hüquqi məsləhət, mühəndis və memarların göstərdiyi xidmətləri vurğulaya bilərik. Xidmət ixracının təşviqi və uçotunun müəyyənləşdirilməsi istiqamətində “Əlavə dəyər vergisi haqqında Qanun”a edilən dəyişikliyə əsasən, ixrac tədarükü və xidmətləri, xarici müştərilər üçün xidmətlər, sərbəst bölgələrdəki müştərilər üçün xarici xidmətlər və beynəlxalq rəqabət çərçivəsində xaricdəki müştərilər üçün Türkiyədə təqdim olunan rəqabət xidmətləri müqavilələr, qarşılıqlı olduqları təqdirdə vergidən azad edirlər. Bundan əlavə, maliyyə köçürmələri xidmətləri başda olmaqla, təhsil, səhiyyə və digər xidmət sektorlarında alıcı şəxs qeyri-rezident olmaqla xaricdə yaşayış imkanına malik olması və xaricdə bu xidmətdən yararlanması şərti ilə ƏDV-dən istisna tutulur. Yuxarıda xatırlanan mövzuya əlavə olaraq qeyd edilməlidir ki, Türkiyə Cümhuriyyətində daxil olmaqla iqtisadi inkişafı təmin edən Avropa Birliyi ölkələrində ixracat dedikdə “mal və xidmət” bərabər hesab edilir. Buna müvafiq olaraq, ixracat zamanı edilən təşviqlər (məs: subsidiyalar) yalnız mal və məhsullara deyil, xidmət ixracatına da ayrılır.

Xidmət ixracatının yüksəlməsinə uzun yol qət edən ölkələrin tarixi təcrübəsinə baxsaq, qanunvericilik bazasının formalaşdırılması və iqtisadi təşviqlərdən daha çox, etibar və güvənin təsis edilməsi daha böyük rol oynayır. Xidmətlər sektorunun nümayəndələri dürüstlük və hesabatlılıq əsasında yüksək peşəkarlıq və standartların tətbiqi ilə güvən və etimadın ortaq harmonizasiyasını formalaşdırıb. Bu işə ixracatda ən yaxşı təşviq və kommunikasiyadır.