İNZİBATİ RAYON VƏ ŞƏHƏRLƏRDƏ TEKSTİL MÜƏSSİSƏSİNİN YARADILMASI

DAXİLİ BAZAR ARAŞDIRMASI

ARAŞDIRMANIN MƏQSƏDİ VƏ ƏHATƏ DAİRƏSİ

Məqsəd

Bu daxili bazar araşdırmasının məqsədi Azərbaycanın inzibati rayon və şəhərlərində tekstil müəssisələrinin qurulmasının mümkünlüyünü və potensialını qiymətləndirməkdir. Bu kontekstdə müxtəlif inzibati rayon və şəhərlərin iqtisadi, demoqrafik və logistika xüsusiyyətlərini təhlil edərək, tekstil sahəsi üçün ən uyğun yerlərin müəyyən edilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Əhatə dairəsi

- Bu daxili bazar araşdırması Azərbaycanın inzibati rayon və şəhərlərində tekstil müəssisələrinin yaradılması prosesində daxili bazarın mövcud vəziyyətini, potensialını və mümkünlüyünü hərtərəfli qiymətləndirmək məqsədi daşıyır. Araşdırmanın əhatə dairəsində coğrafi, iqtisadi, demoqrafik, tələb və rəqabət analizlərini əhatə edən amillər yer alır.

ÖLKƏ ƏRAZİSİNDƏ TEKSTİLİN İNKİŞAFI, SON 5 İL ƏRZİNDƏ İDXAL HƏCMİ VƏ COĞRAFİYASI

Azərbaycan tekstil sənayesi tarix boyu müxtəlif mərhələlərdən keçmişdir. Bu prosesin qədim dövrlərə qədər gedib çıxması ölkənin coğrafi mövqeyi və mədəni irsi ilə sıx əlaqəlidir.

Ölkənin müxtəlif yerlərində tapılan arxeoloji qalıqlar tekstil sahəsinin e.ə. 1-ci minillikdən etibarən davam etdiyini sübut edir. Ənənəvi Azərbaycan tekstil sənayesi xüsusilə xalçaçılıq sənəti ilə məşhurdur. Azərbaycan xalçaları bütün dünyada məşhur sənət əsərləri hesab olunur.

Xüsusiyyətləri, qiymətləri və istifadə təyinatı eyni olan, yaxud qarşılıqlı əvəz oluna bilən əmtəələrin təklif olunduğu bazar müvafiq əmtəə bazarı olaraq qəbul edilir. Tekstil sektoru müxtəlif, lakin bənzər istiqamətli malları özündə ehtiva etdiyinə görə idxal, ixrac və digər statistiki məlumatları həmin mallar üzrə göstərmək daha məqsədə müvafiqdir.Rəqabət mövqeyi-nəzərindən detallı araşdırma zamanı ilk addım müvafiq əmtəə bazarının seçilməsidir. Tekstil sektoru altında müxtəlif xüsusiyyətli məhsul əsaslı araşdırma edilməsi üçün tekstil sektoruna daxil olan bütün məhsullar bilinməli və təchizat zəncirinin ayrı-ayrı mərhələləri üzrə təhlil edilməlidir.

Bu araşdırmada tekstil sektoru sadəcə bir məhsul əsaslı deyil, bir bütün sektor olaraq təhlil edildiyi üçün sektora daxil olan mallar öncədən müəyyən edilmiş xüsusiyyətlər nəzərə alınaraq ümumi təhlilə daxil edilmişdir.Müvafiq coğrafi bazar, rəqabət şərtləri qonşu inzibati rayon və şəhərlərdən nəzərəçarpacaq dərəcədə fərqli olan, müəssisələrin istehsal etdikləri mal və xidmətlərin tələb və təklifində rəqabət şəraitinin kifayət qədər homojen olduğu ərazidir.Araşdırma Azərbaycan Respublikasının bütün inzibati rayon və şəhərlərini əhatə edəcək şəkildə hazırlanmışdır.

TEKSTİL SEKTORU ÜZRƏ MAL KATEQORİYASI

Daha dəqiq təhlil edə bilmək üçün tekstil sektoruna daxil olan mallar beynəlxalq araşdırmalarda da istifadə olunan mal kateqoriyaları altında cəmləndirilib.

Beynəlxalq araşdırma və tədqiqatlarda tekstil mallarının təsnifatı zamanı Harmonized System (HS) Codes (Harmonikləşdirilmiş Sistem Kodları) və ya International Standard Industrial Classification - ISIC (Beynəlxalq Standart Sənaye Təsnifatı) kodlarından istifadə olunur.

İpək 50	**Yun 51**	**Pambıq 52**	**Kətan 53**	**Sintetik 54**	**Kimyəvi lif 55**	**Toxunmamış materiallar 56**
Barama qurdunun baraması	Yuyulmuş qırxılmış qoyun yunu	Pambıq lif	Emal edilmiş, lakin əyrilməmiş kətan	Sintetik saplardan hazırlanmış tikiş sapları	Poliefir sintetik liflər	Kimyəvi liflərdən pambıq (vata)
Xam ipək (eşilməmiş)	Qaba heyvan tükü	Pambıq liflərinin tullantıları	Kətan darantıları və tullantıları	Süni saplardan hazırlanmış tikiş sapları	Tərkibində poliefir lifləri olan digər parçalar	Üzlənməmiş və ya təkrarlanmamış fetr və keçə
İpək tullantıları	Yun olan aparatla əyrilmiş iplik	Pambıq lifi olan tikiş sapları	Təksaplı kətan iplik	Neylon saplar	Digər	Digər toxunmamış materiallar
İpək sap	Digər	Birsaplı pambıq iplik	Kətan parçalar	Poliefir saplar		
İpək tullantılarından iplik		Pambıq parçalar		Boyanmış parçalar		
İpəkdən hazırlanan digər parçalar		Digər		Sintetik saplardan istehsal edilən parçalar		
Digər				Digər		

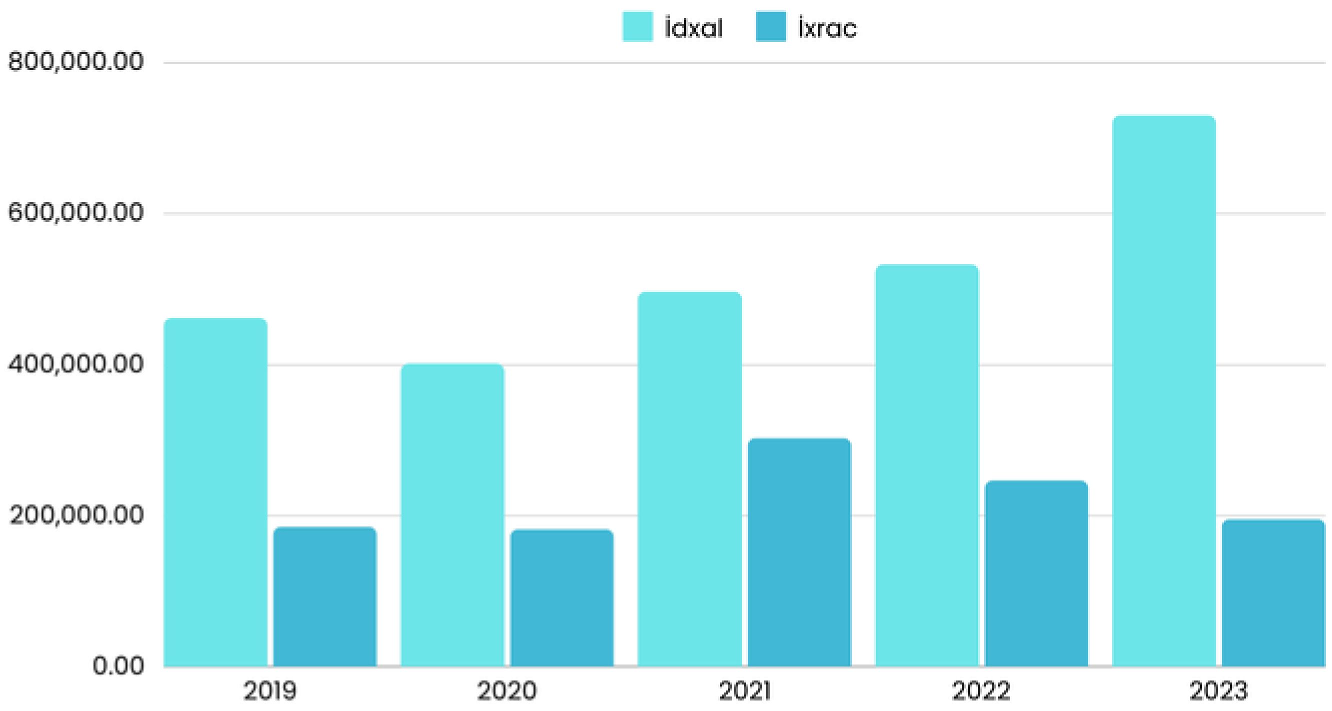
TEKSTİL SEKTORU ÜZRƏ MAL KATEQORİYASI

Daha dəqiq təhlil edə bilmək üçün tekstil sektoruna daxil olan mallar beynəlxalq araşdırmalarda da istifadə olunan mal kateqoriyaları altında cəmləndirilib.

Beynəlxalq araşdırma və tədqiqatlarda tekstil mallarının təsnifatı zamanı Harmonized System (HS) Codes (Harmonikləşdirilmiş Sistem Kodları) və ya International Standard Industrial Classification - ISIC (Beynəlxalq Standart Sənaye Təsnifatı) kodlarından istifadə olunur.

Xalça və döşəmələr 57	**Xüsusi və naxışlı parçalar 58**	**Texniki tekstil 59**	**Trikotaj parçalar 60**	**Trikotaj geyim 61**	**Toxunma geyim 62**	**Digər tekstil 63**
Qoyun yunundan ilmələnmiş xalçalar və toxunma döşəmə örtükləri	Yundan xovlu və sinel parçalar	Polivinilxloridlə hopdurulmuş və ya örtülmüş parçalar	Uzunxovlu trikotaj parçalar	Kişilər və qadınlar üçün trikotaj kostyumlar	Kişilər üçün pambıq ipliyindən palto və digər analoji məmulatlar	Elektrik və digər ədyallar
Digər toxuculuq materiallardan ilmələnmiş xalçalar və ya toxunma döşəmə örtükləri	Digər toxuculuq materiallarından xovlu və sinel parçalar	Digər polimer hopdurulmuş və ya örtülmüş parçalar	Kimyəvi saplardan digər xovlu trikotaj parçalar	Qadınlar üçün sair materiallardan palto, yarımpalto, bürüncəklər, plaşlar və analoji məlumatlar	Qadınlar üçün pambıq ipliyindən palto və digər analoji məmulatlar	Trikotaj stol ağları
Kilim, sumax, kərmani və analoji əl xalçaları	Pambıq ipliyindən tiftikli dəsmallıq parçalar və analoji parçalar	Toxuculuq əsaslı digər döşəmə örtükləri	Digər toxuculuq materiallarından xovlu trikotaj parçalar	Kişilər üçün digər toxuculuq materiallarından trikotaj şalvar, kombinezon, brici və şortlar	Kişilər və qadınlar üçün sintetik sapdan toxunma kostyumlar	Trikotaj yataq örtükləri
Yundan və heyvanların zərif tükündən taftinqli toxunma xalçalar və döşəmə örtükləri	Hörmə toxunuşlu parçalar, ensiz parçalardan başqa	Texniki məqsədlər üçün digər toxuculuq materialları	Rezin saplar olmayan trikotaj parçalar	Kişilər və qadınlar üçün sintetik sapdan trikotaj şalvar, kombinezon, brici və şortlar	Qadınlar və kişilər üçün yun iplikdən toxunma kostyumlar	Sair hazır toxuculuq məmulatları
Digər tekstil döşəmə örtükləri	Tül və digər torşəkilli parçalar		Toxunma əsaslı digər parçalar	Digər geyim	Digər	İstifadə olunmuş geyim
Keçədən toxunmuş taftinqsiz və flokirlənməyən digər xalçalar və tekstil döşəmə örtükləri	Kimyəvi saplardan ensiz parçalar		Əllə toxunmuş, boyanmış trikotaj parçalar			Digər
Digər	Digər		Digər			

İDXAL-İXRAC MƏBLƏĞLƏRİ - İLLƏR ÜZRƏ, MİN ABŞ DOLLARI, MƏNBƏ - DSK



Tekstil sektoruna aid olan və Dövlət Statistika Komitəsindən (bundan sonra - DSK) əldə edilən məlumatlardan yararlanaraq 50-63 saylı mal kateqoriyalarının 2019-2023-cü illər üzrə idxal və ixrac məbləğləri qrafik 1-də təsvir edilmişdir. İdxal məbləğinin qeyd edilən illər üzrə artan trend xəttinə sahib olduğunu demək mümkündür. 2020-ci ildə yaşanan Covid-19 pandemiyası səbəbi ilə ölkəyə idxal olunan tekstil məhsullarının həcmində 13% azalma müşahidə edilsə də, növbəti il 23.6% artım yaşanmış və artım trendi növbəti illərdə də davam etmişdir. 2023-cü ildə ölkəyə idxal edilən cəmi tekstil məhsullarının idxal dəyəri 730.6 milyon ABŞ dollarıdır.

İDXAL-İXRAC MƏBLƏĞLƏRİ - İLLƏR ÜZRƏ, MİN ABŞ DOLLARI, MƏNBƏ - DSK

İllər	İdxal	İxrac
2019	461,717.9	185,435.1
2020	401,859.8	182,123.6
2021	496,710.2	303,015.3
2022	532,933.6	246,682.8
2023	730,577.2	195,456.0

2023-cü ildə ölkəyə idxal edilən tekstil məhsullarının dəyəri ötən illə müqayisədə 37% artım göstərib. Bu, ötən ilin artım dərəcəsindən 5.1 dəfə çoxdur.

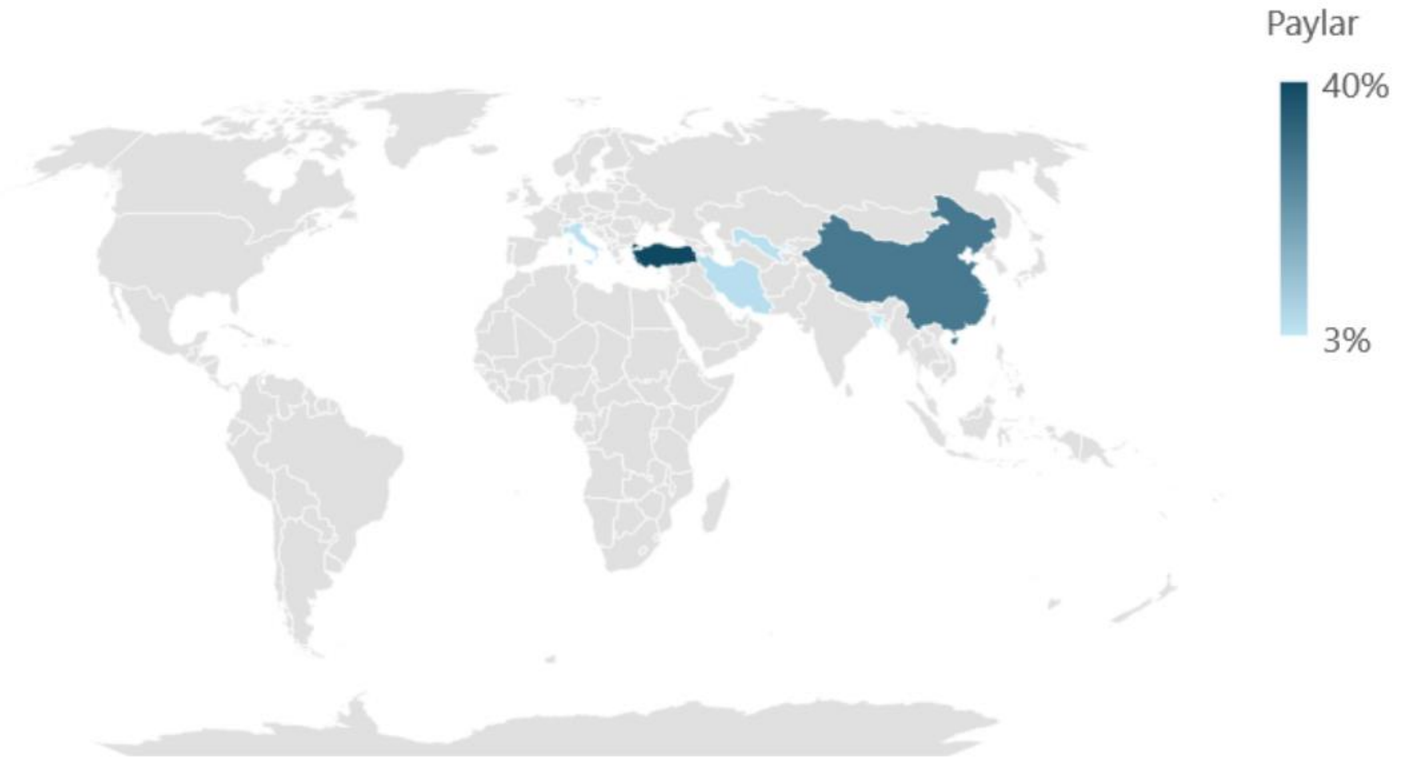
2023-cü ildə ölkədən ixrac edilən tekstil məhsullarının dəyəri ötən illə müqayisədə 20.8% azalıb. Ötən il üçün bu azalma dərəcəsi 18.6%-ə bərabər idi.

TEKSTİL SAHƏSİNDƏ MAL KATEQORİYALARI (NÖVLƏRİ) ÜZRƏ İDXAL MƏBLƏĞLƏRİ (MİN ABŞ DOLLARI)

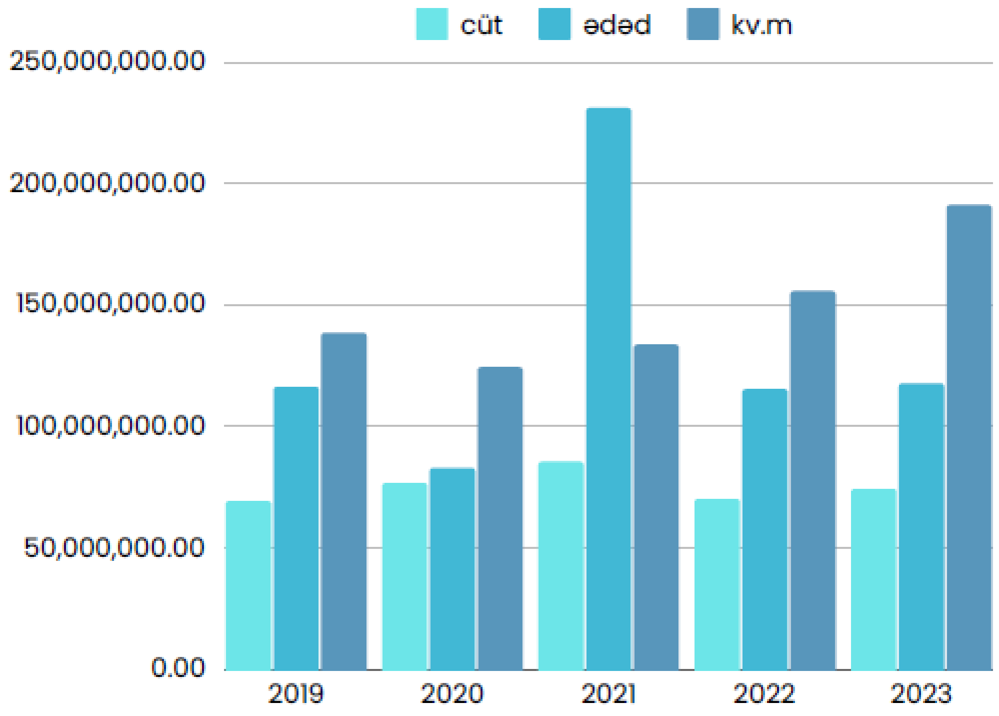
Kodlar	2019	2020	2021	2022	2023
50	95.8	42.9	34.8	82.3	99.2
51	1,228.2	888.5	403,655.5	774.2	210,278.6
52	6,163.1	6,288.9	5,561.4	7,082.8	7,770.5
53	3,985.9	3,592.3	3,529.2	6,427.3	6,386.0
54	45,560.5	33,282.3	42,982.6	46,769.8	57,301.8
55	13,410.2	12,355.1	14,481.7	20,847.9	26,811.2
56	23,119.1	29,428.3	47,990.0	44,954.0	63,425.5
57	18,852.5	15,268.7	21,282.4	18,944.4	22,822.9
58	9,436.2	7,494.7	8,193.4	9,731.4	11,532.6
59	8,501.8	8,765.8	5,787,504.3	9,561.0	10,521.0
60	20,548.9	20,762.7	32,163.5	36,751.4	57,877.4
61	153,446.0	114,517.5	164,506.0	167,635.4	237,219.5
62	123,520.7	91,815.8	97,432.3	123,103.4	177,905.1
63	33,856.4	57,369.2	49,062.3	40,357.5	50,790.5

COĞRAFİ SEQMENTASİYA

Tekstil sahəsində Azərbaycana idxal olunan məhsulların coğrafi məlumatlarına baxdıqda Türkiyə Cumhuriyyətinin ən böyük paya sahib olduğunu demək mümkündür. Belə ki, 40.0% ilə birinci yerdə Türkiyə, 28.2% ilə ikinci yerdə Çin, 4.1% ilə üçüncü yerdə İran, 3.8% ilə dördüncü yerdə Özbəkistan və 3.5% ilə beşinci yerdə İtaliya gəlir. Qeyd olunanlar 2019-2023-cü illəri əhatə edən **5 illik ortalama**, eyni zamanda bütün tekstil mal kateqoriyalarına uyğun olaraq məlumata əsasən hazırlanmışdır.



ÖLKƏ ƏRAZİSİNƏ TEKSTİLİN SON 5 İL ƏRZİNDƏ İDXAL HƏCMİ

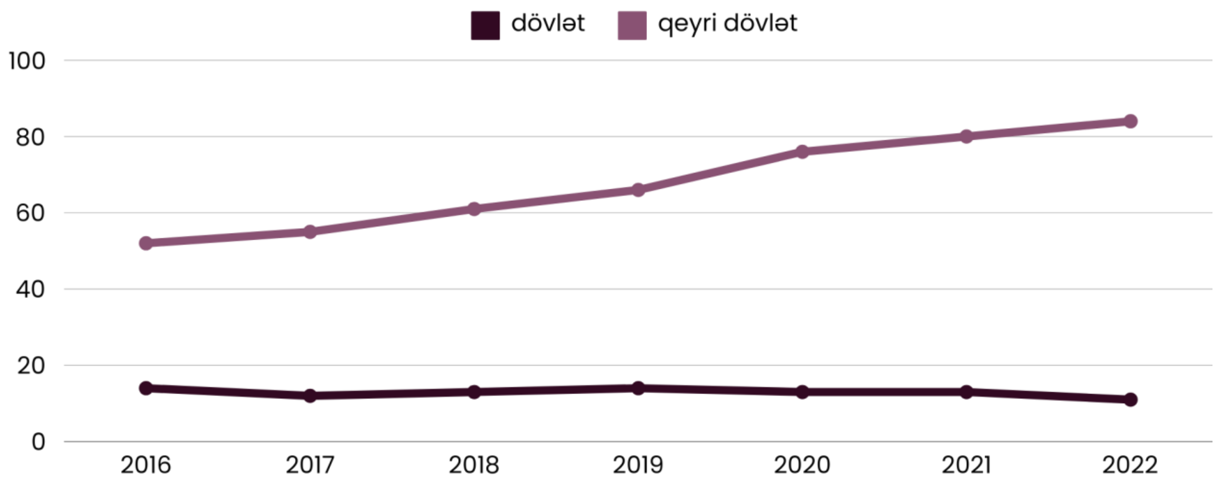


Ölkəyə idxal edilən cəmi tekstil məmulatlarının (parçanın) kv.m ölçü vahidi üzrə miqdarı son 5 ildə artan trend xəttinə sahib olmuş və 2023-cü ildə 191 milyon kv.m təşkil etmişdir. Ədəd olaraq cəmi tekstil məmulatlarının idxal miqdarı 2020-ci ildə pandemiya səbəbi ilə azalsa da, növbəti illərdə bir öncəki il ilə müqayisədə artım göstərmiş, 2023-cü ildə isə 117 milyon ədəd olmuşdur. Cüt ölçü vahidi üzrə cəmi tekstil məmulatları 2022-ci ildə azalsa da, ümumən artım tempinə sahibdir və 2023-cü ildə 74 milyon ədəd təşkil etmişdir. Bu isə ötən illə müqayisədə 6% artım deməkdir.

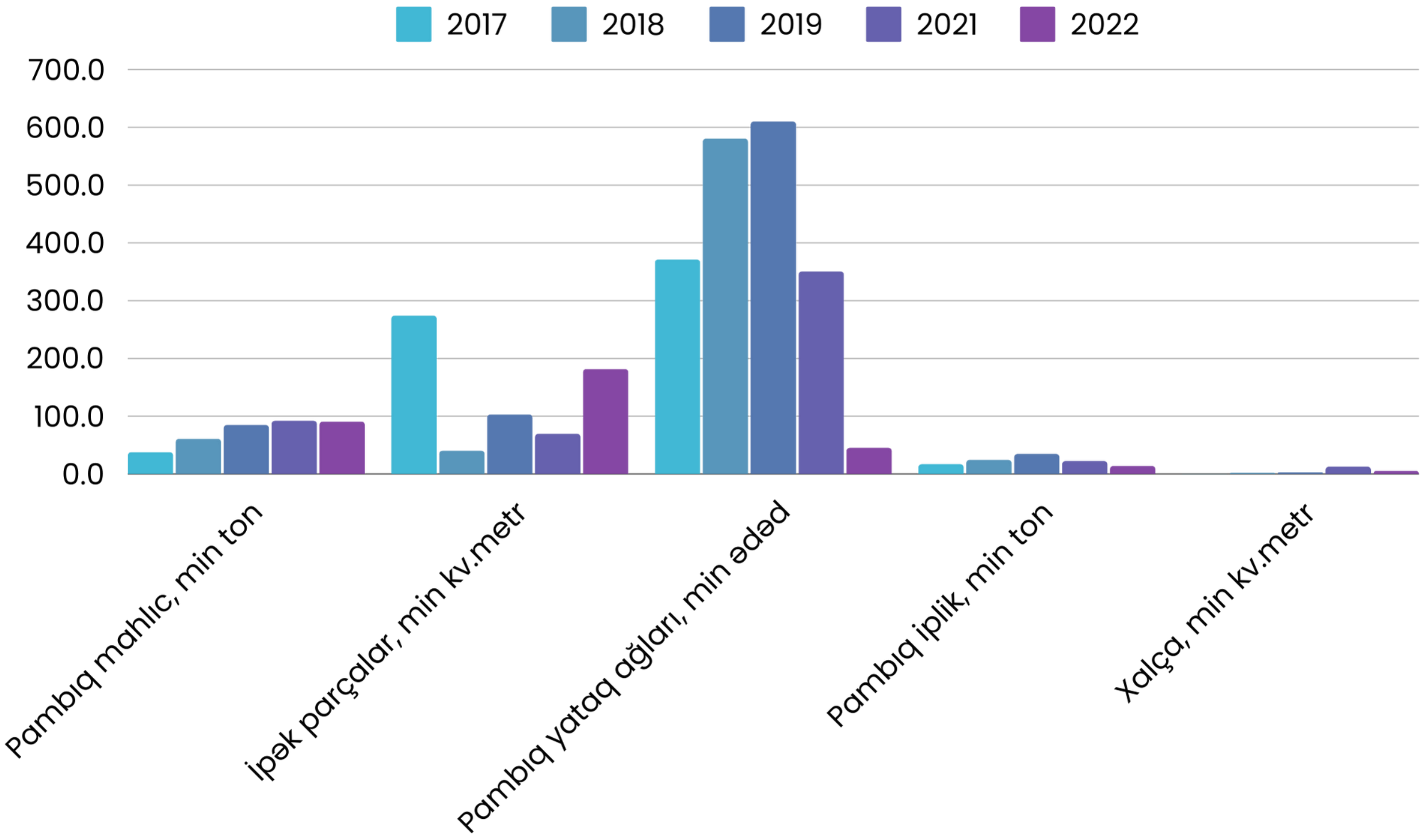
ÖLKƏ ƏRAZISINDƏ TEKSTIL MƏMULATLARINI ISTEHSAL EDƏN MÜƏSSISƏLƏR VƏ ISTEHSAL ETDIKLƏRI ƏMTƏƏ NOMENKLATURU

Araşdırmanın bu hissəsində ölkə ərazisində tekstil məmulatlarını istehsal edən müəssisələrin sayı, mülkiyyət formasına görə payları və istehsal etdikləri əmtəə nomenklaturu üzrə məlumatlar **toxuculuq istehsalı və geyim istehsalı** olaraq ikiyə ayrılmış vəziyyətdə təqdim edilir.

İL	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cəmi	66	67	74	80	89	93	95
dövlət	14	12	13	14	13	13	11
qeyri-dövlət	52	55	61	66	76	80	84

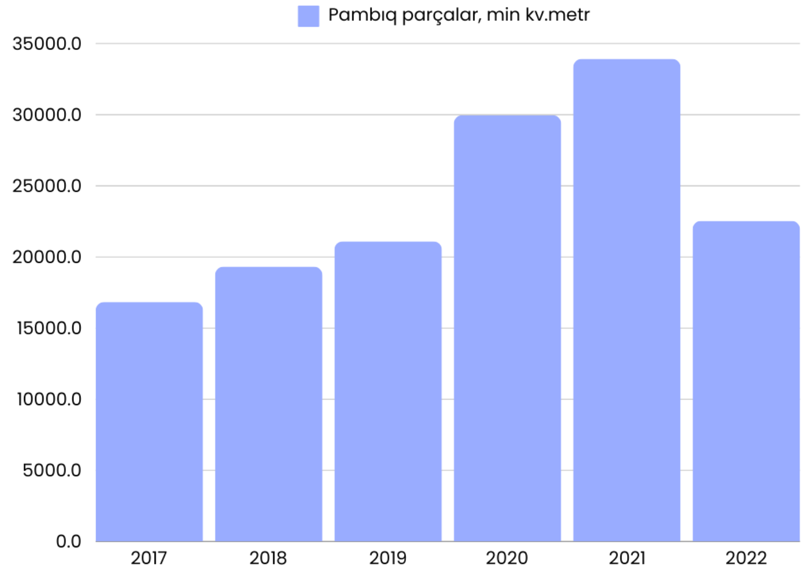


MÜƏSSİSƏLƏRİN İSTEHSAL ETDİKLƏRİ ƏMTƏƏ NOMENKLATURU, TOXUCULUQ SƏNAYESİ ÜZRƏ



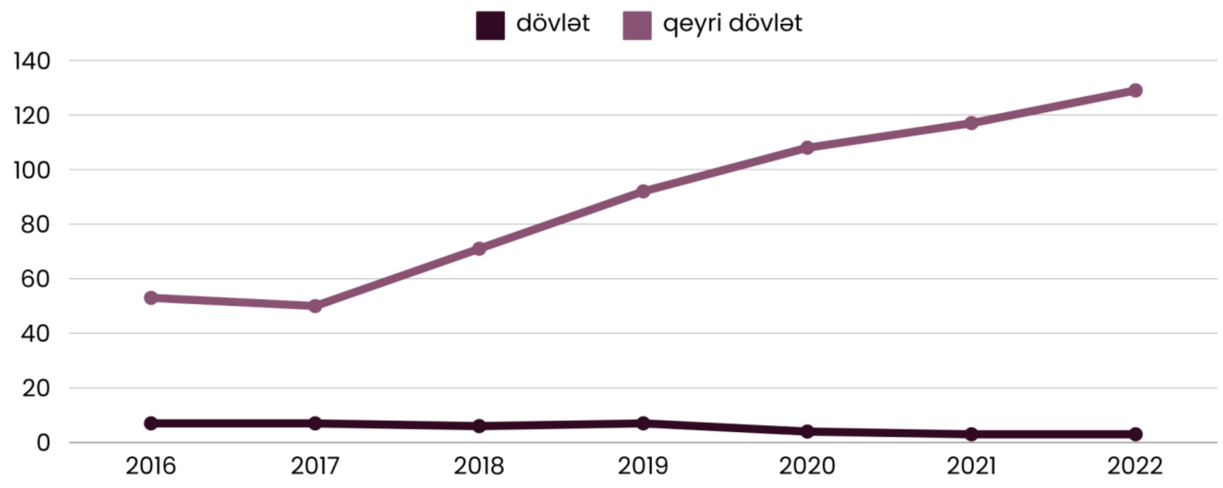
MÜƏSSİSƏLƏRİN İSTEHSAL ETDİKLƏRİ ƏMTƏƏ NOMENKLATURU, PAMBIQ PARÇALAR, MİN KV.M

İllər	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Pambıq parçalar,	16830.2	19314.4	21098.0	29965.5	33918.9	22531.5

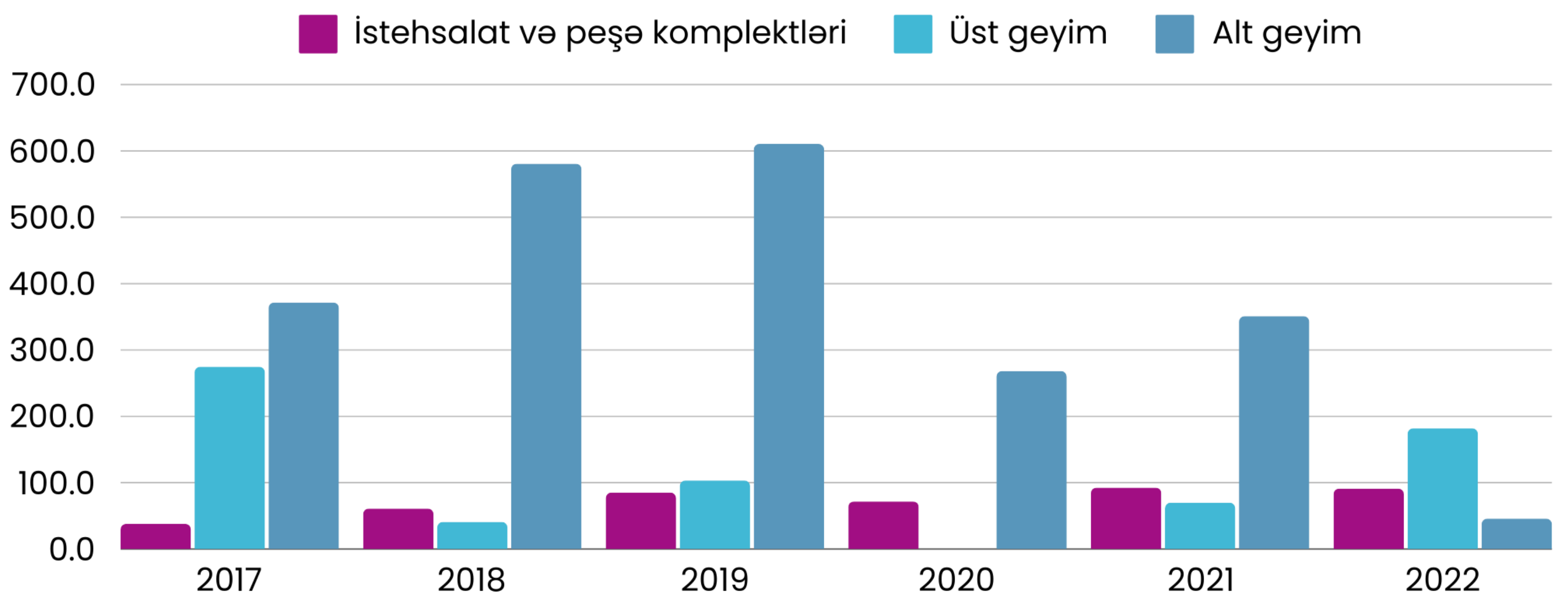


GEYİM İSTEHSALI ÜZRƏ FƏALİYYƏT GÖSTƏRƏN MÜƏSSISƏLƏRİN SAYI

İL	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cəmi	52	60	57	77	99	112	120
dövlət	7	7	7	6	7	4	3
qeyri-dövlət	45	53	50	71	92	108	117

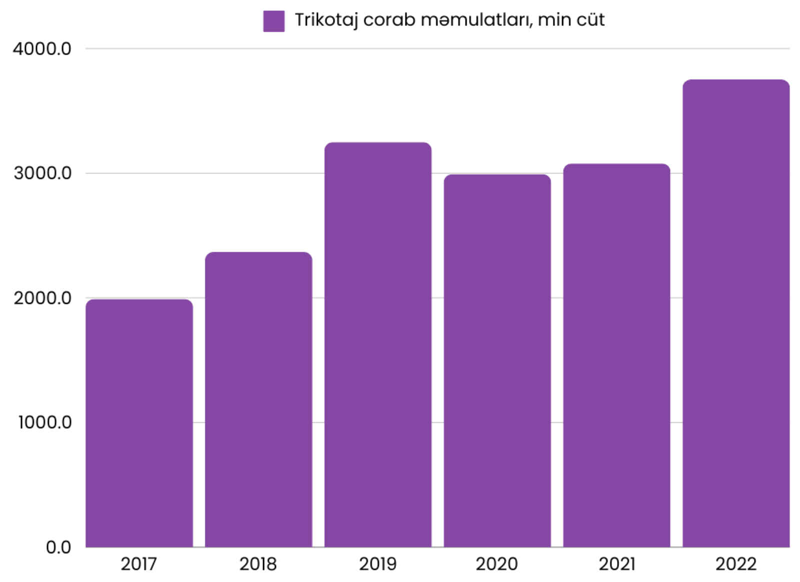


MÜƏSSİSƏLƏRİN İSTEHSAL ETDİKLƏRİ ƏMTƏƏ NOMENKLATURU, GEYİM İSTEHSALI ÜZRƏ, MİN ƏDƏD



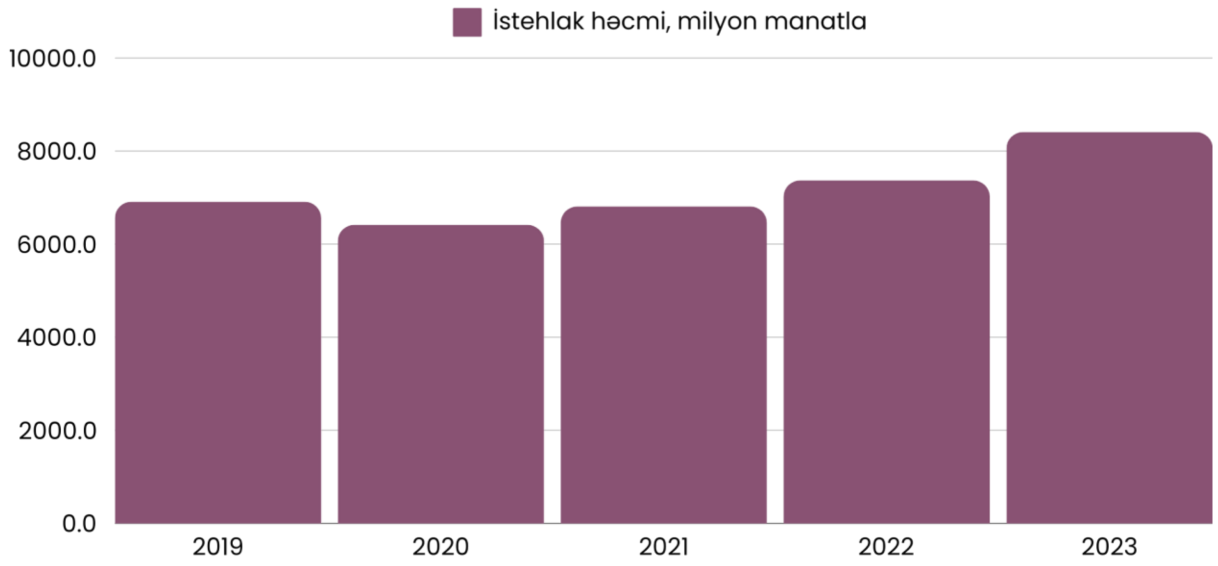
MÜƏSSİSƏLƏRİN İSTEHSAL ETDİKLƏRİ ƏMTƏƏ NOMENKLATURU, GEYİM İSTEHSALI, MİN CÜT VƏ MIN ƏDƏD

İllər	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Trikotaj corab məmulatlarıı	1991.0	2367.8	3248.9	2993.0	3078.7	3752.8
İstehsalat və peşə komplektləri	285.7	634.7	653.6	1880.2	1222.0	2305.1
Üst geyim	629.3	469.9	521.5	765.4	863.6	946.9
Alt geyim	653.1	597.4	556.3	529.8	560.8	796.8



ÖLKƏDƏ SON 5 İL ƏRZINDƏ TEKSTİL MƏMULATLARININ İSTEHLAK HƏCMİ

İL	2019	2020	2021	2022	2023
İstehlak həcmi, milyon manatla	6910.9	6415.1	6809	7369.5	8408.7
Ötən ilə nisbətən faizlə	4.1%	-7.2%	6.1%	8.2%	14.1%

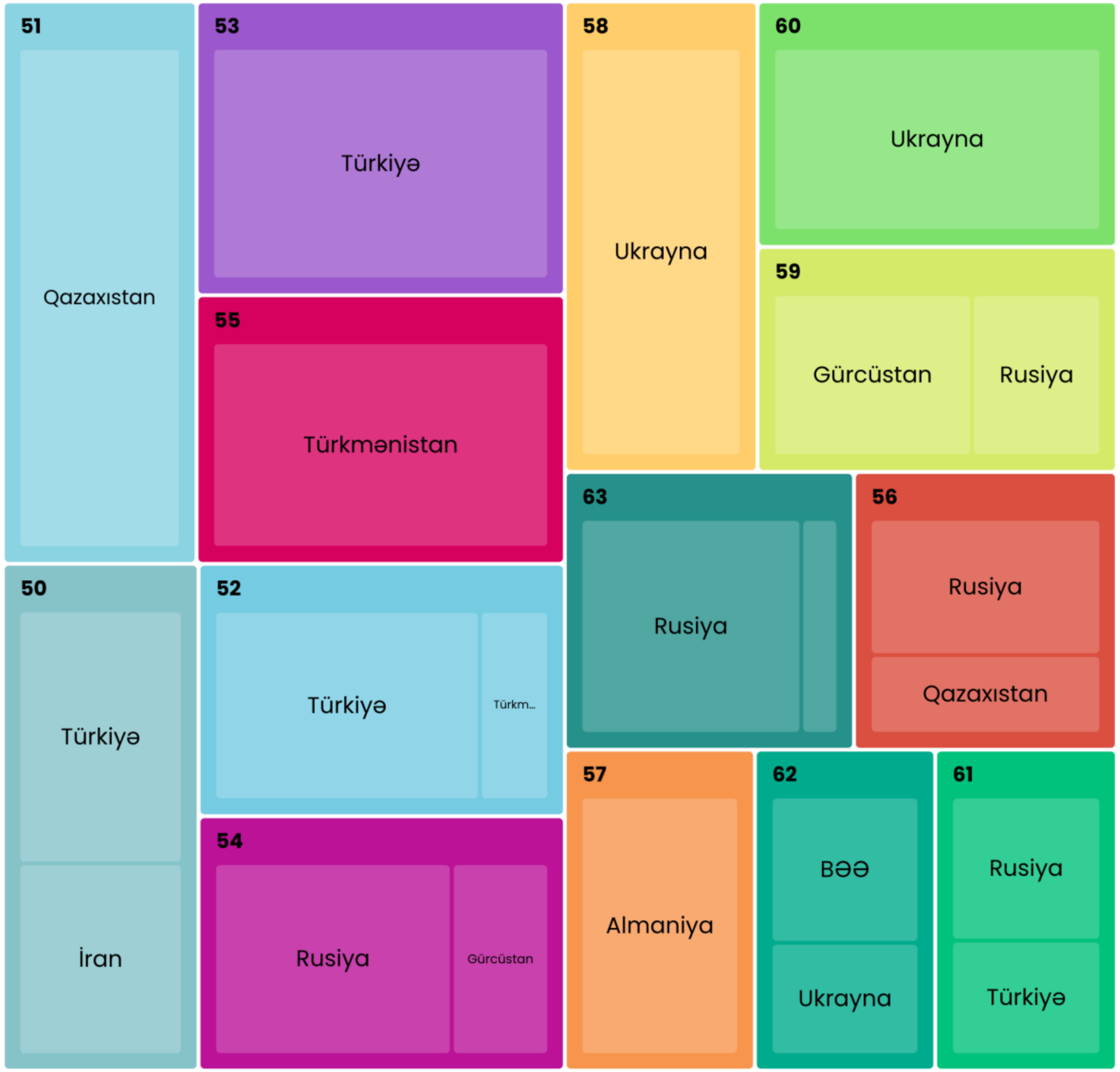


TEKSTİL MƏMULATLARININ İDXAL RÜSUMLARI

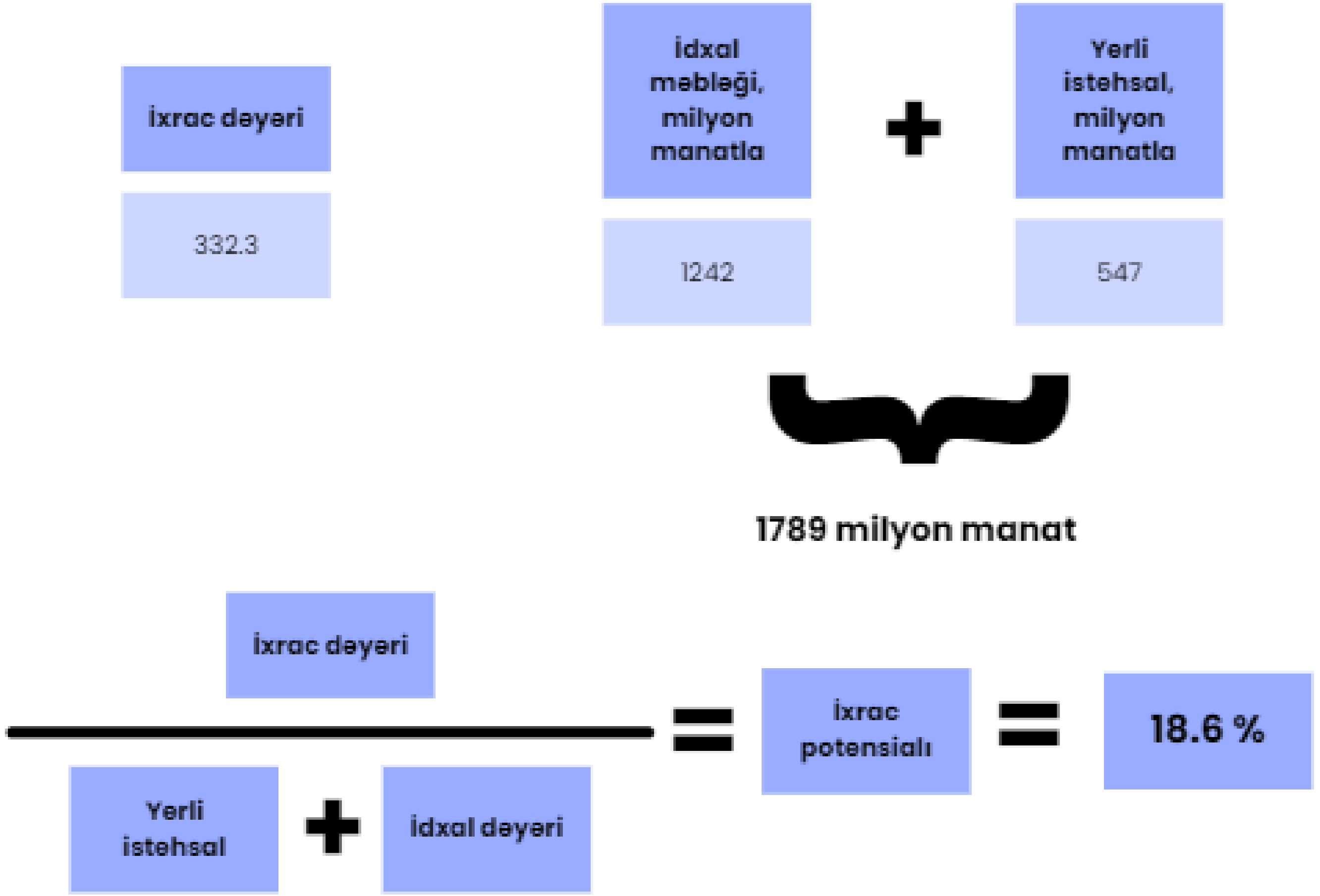
Kodlar	50 İpək	51 Yun Heyvan tükü	52 Pambıq	53 Kətan	54 Sintetik	55 Kimyəv i lif	56 Toxunmamış materiallar
Rüsum %	5-15	0-5-15	0-5-15	0-5-15	0-5-15	0-5	5-15

Kodlar	57 Xalça və döşəmələr	58 Xüsusi və naxışlı parçalar	59 Texniki tekstil	60 Trikotaj parçalar	61 Trikotaj geyim	62 Toxunma geyim	63 Digər tekstil
Rüsum %	0-15	0-15	0-5-15	0-15	15	15	15

ÖLKƏ ƏRAZISINDƏ ISTEHSAL OLUNAN TEKSTIL MƏMULATLARININ ALICI BAZASI (XARICI BAZARLAR DAXIL)



ÖLKƏ ƏRAZISINDƏ ISTEHSAL OLUNAN TEKSTIL MƏMULATLARININ IXRAC POTENSIALI



Bu, ümumi istehsal və idxalın 18,55%-nin ixrac edildiyi deməkdir. Ümumiyyətlə ölkədə tekstil məhsullarının ixrac potensialını artırmaq mümkündür. Bunun üçün potensial hədəf ixrac dərəcələri müəyyən edilərək strateji planlaşdırma həyata keçirilə bilər. Bu qiymətləndirmələri bazar araşdırması və iqtisadi təhlillə dəstəkləməklə daha dəqiq nəticələr əldə etmək mümkündür.

TEKSTIL SEKTORUNDA RƏQABƏT QABILIYYƏTI – PORTER

- Porterin 5 güc analizi hər hansı bir bazarda rəqabət strukturunu anlamaq və strateji planlaşdırma etmək üçün tez-tez istifadə edilən analiz metodudur:

- **Mövcud Rəqabət:** İdxal olunan məhsullar çox vaxt müxtəlif keyfiyyət və qiymət intervalında olmaqdadır. Yerli istehsalçılar xaricdən gətirilən məhsullarla rəqabət aparmaq üçün öz xərclərini aşağı tutmağa, keyfiyyətini artırmağa çalışırlar. Xaricdən gətirilən məhsullar xüsusən də tanınmış beynəlxalq brendlər istehlakçılar arasında daha prestijli olur. Bu isə yerli məhsulların bazara girişini çətinləşdirir. Əlavə olaraq, idxal olunan məhsullar daha geniş çeşiddə məhsullar təklif edir. Yerli istehsalçılar məhsul portfellərini genişləndirməklə rəqabətdə güclənə bilərlər.
- **Bazara giriş maneələri:** Bazara yeni oyunçuların girməsi bazarın rəqabətliliyini artırsa da, yeni oyunçuların maneələrlə qarşılaşması ehtimalı yüksəkdir. 2021-ci ildə toxuculuq sənayesinə qoyulan daxili investisiya 25.3 milyon manat, 2022-ci ildə isə 23.3 milyon manat olmuşdur. 2021-ci ildə geyim istehsalına qoyulan daxili investisiya 26.9 milyon manat, 2022-ci ildə isə 25.5 milyon manat olmuşdur. Xarici investorların Azərbaycan bazarına daxil olması yerli istehsalçı və investorlar üçün təhlükə yarada bilir. Çünki tanınmış brendlər adətən güclü maliyyə gücü və marketinq strategiyalarına sahib olurlar.
- **Əvəzedici məhsulların yaratdığı təhlükə:** Bu təhlükəni anlamaq üçün tekstil sektorunda hər mal qrupu müvafiq bazar olaraq əldə edilməli və əvəzedici məhsullar da bu istiqamətdə müəyyən edilməlidir. Spesifik mal qruplarından məsələn yun parçaları istehsal edən yerli müəssisələr üçün idxal edilən sintetik parçalar qiymətlərinin çox münasib olması səbəbi ilə təhlükə yarada bilər.
- **Təchizatçıların sövdələşmə gücü:** Tekstil sahəsində idxal miqdarının yerli istehsalla müqayisədə çox olduğu nəzərə alındıqda və yerli istehsalda idxal edilən xammaldan faydalanan müəssisələrin olduğu nəzərə alındıqda təchizatçıların yerli istehsalçılara xammalı daha baha qiymətə satması mümkün vəziyyətdir. Bu isə yerli məhsulları istehsal edən müəssisələrin xərclərini artıracaq və bazarda davam etmə motivasiyalarını aşağı salacaq.
- **İstehlakçıların (alıcıların) sövdələşmə gücü:** Azərbaycan tekstil bazarı kiçik bir bazar hesab olunduğundan alıcıların sövdələşmə gücünün kifayət qədər zəif olduğunu demək mümkündür.

TÖVSIYƏLƏR

- Azərbaycanda inkişaf edən orta təbəqə və artan həyat standartları tekstil məhsullarına olan tələbatı da getdikcə artırır. Modaya olan marağın artması, xüsusilə geyim istehlakında qadınların güclü mövqeyi və ölkədə iş həyatında qadınların rolunun artması geyim istehsalı üçün güclü potensial yaradır.

- Ölkədə geyim istehsalının yerli istehlakı qarşılamadığı nəzərə alındıqda idxal məhsulların yerli bazarda ağırlıq təşkil etdiyini və bu səbəblə geyim qiymətlərinin qonşu ölkələrin geyim qiymətləri ortalamasından yüksək olduğunu demək mümkündür. Məhz bu səbəblə yerli istehlakçılar geyim tələb edərkən digər ölkələrə, xüsusilə Türkiyəyə üz tutmağa daha meyllidirlər.

- Türkiyənin nəhəng e-ticarət platformlarından olan Trendyolun yaxın illərdə ölkəmizə çatdırılmasının mümkünlüyü təmin edilmişdir. Trendyolun ümumi satışlarının əhəmiyyətli hissəsini Azərbaycandan olan sifarişlər təşkil edir. Bu sifarişlərin kifayət qədər əhəmiyyətli hissəsini isə geyim təşkil etməkdədir.
- Trendyolun Azərbaycana birbaşa çatdırılmasından əvvəl karqo bazarında çox sayda karqo şirkəti mövcud idi. Çox sayda karqo şirkətinin bazara daxil olması davamlı və artan tələbatın çoxluğundan irəli gəlirdi.

- Artan tələbat qarşısında xüsusilə geyim istehsalına investisiyanın qoyulması bazarda mövcud (xarici) rəqiblər qarşısında qiymət üstünlüyünün yaranmasına səbəb olacaqdır. Bu isə yerli istehsal məhsullarına tələbatı artıracaq, yerli istehsalçıların rentabelliyi yüksəldikcə daha çox investisiyanın gəlməsinə səbəb olacaqdır.

- Bu məqsədlə tekstil sektorunda investisiya qoymaq üçün izlənilməli addımlar aşağıda qeyd edilmişdir:
  - **Bazar araşdırması:** ətraflı bazar araşdırması aparmaqla hədəf müştəri seqmentlərini və tələb meyllərini anlamaq vacibdir.
  - **Biznes planı və strategiyası:** güclü biznes planı və strategiyası hazırlamaq, bazara giriş strategiyaları və böyümə hədəflərini müəyyən etmək lazımdır.
  - **Müvafiq qanunlara uyğunluq və rəqabət təhlilləri:** şirkət daxili və xarici konsultantlardan məsləhət alaraq yeni qurulan biznesin müvafiq qanunlara uyğunluğunu anlamaq, eyni zamanda bazar dinamikasını və rəqabət təhlillərini aparmaq lazımdır.