

## **Azərbaycan şirkətləri xaricdə təbliğ olunur**

Respublikanın rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsal edən şirkətlərinin xarici bazarlara çıxış imkanlarını genişləndirmək, onları daha əhatəli coğrafiyada tanıtmək istiqamətində hökumət strukturları ilə yanaşı, iqtisadi yönümlü qeyri-hökumət təşkilatları da fəallıq göstərir. Xarici İşlər Nazirliyinin dəstəyi ilə Azərbaycan Marketing Cəmiyyətinin gerçəkləşdirdiyi «Azərbaycan ixrac kataloqu - 2012» layihəsi də bu baxımdan xüsusi maraq doğurur.

Marketing Cəmiyyətinin sədri Rəhim Hüseynovun sözlərinə görə, layihə çərçivəsində artıq dördüncü ildir ki, hazırlanan xüsusi kataloqlarda Azərbaycanın əksər şirkətləri haqqında geniş məlumatlar əksini tapıb. Kataloq çap formatında 3000 nüsxə ilə ingilis dilində, eləcə də elektron disk formatında ingilis, alman, ispan, rus və ərəb dillərində hazırlanıb. İxrac kataloqu Azərbaycanın xaricdəki səfirlik və konsulluqları, habelə transmilli şirkətlər, beynəlxalq təşkilatların ölkədəki nümayəndəlikləri vasitəsilə yayılacaq, beynəlxalq sərgi və konfranslarda təqdim olunacaq. Ümumilikdə, kataloq yerli şirkətlərin potensial xarici müştəri və tərəfdaşlarla yeni əlaqələr qurması, təqdim etdikləri məhsul və xidmətlərin yeni bazarlar tapması üçün geniş imkanlar yaradacaq.

Azərbaycan şirkətlərinin ixrac potensialının ildən-ilə gücləndiyini bildirən R.Hüseynov bu sahədə təbliğat və təşviqat işlərinin genişləndirilməsinə ehtiyac olduğunu vurğulayıb: «Azərbaycan məhsullarına xaricdə tələbat ildən-ilə artır. Respublikamız kənd təsərrüfatı məhsullarını Rusiyaya və digər MDB ölkələrinə ixrac edir. İxrac kataloqlarının yaradılmasında məqsəd ölkə iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişafına dəstək vermək, Azərbaycanın rəqabətqabiliyyətli mal, məhsul və xidmətlərinin region və dünya bazarlarına ixracının artırılmasına yardımçı olmaqdır. Bu baxımdan, Azərbaycan brendlərinin xaricdə tanıtılması və potensialın əyani şəkildə göstərilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir».

Marketing Cəmiyyətinin sədri onu da vurğulayıb ki, Azərbaycan hökumətinin ixracın həvəsləndirilməsi sahəsində həyata keçirdiyi tədbirlər ümumi işə təkan verir: «Mühüm əhəmiyyət kəsb edən belə tədbirlərdən biri ixracatda gömrük yığımının tətbiq olunmamasıdır. Bununla yanaşı, marketing sahəsində sistemli dövlət siyasətinin həyata keçirilməsinə ehtiyac var. Çünki ölkəmizdə sahibkarlıq mühiti ümumilikdə kifayət qədər sabit olduğu halda, marketing sahəsində görülməli işlərimiz çoxdur. Hələ də bir çox müəssisələr marketing əsasında qurulmuş idarəetmə mexanizminə keçməyiblər. Əksər müəssisə, təşkilat rəhbərləri isə bu sahəyə ciddi fikir vermirlər».