

Cəmaləddin Pərviz oğlu MƏMMƏDOV
ARETN, İqtisadiyyat İnstitutu, Doktorant
E-mail: jamal.mammadov23@gmail.com

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DƏB SƏNAYESİ MƏDƏNİ SƏNAYELƏRİN SUBSEKTORU KİMİ

Xülasə

Geyim insanın əsas tələbat məhsulu olmaqla həmçinin onun istehsalı ölkə iqtisadiyyatına mühüm töhvə verən sahələrdən biridir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, artıq qədim dövrdən etibarən geyim yalnız əsas tələbat məhsulu olmaqla yanaşı sosial statusu göstərən amillərdən birinə çevrilmişdir. Günümüzdə də insanlar geyimi təkcə bədəni örtən vasitə kimi deyil, həm də onun quruluşuna, öz sosial, mədəni statusuna uyğun olanını seçmək istəyi var. Bu isə artıq qeyd etdiyim kimi tarixi ənənələrdən biza qalan mirasdır. Bunun nəticəsidir ki, artıq XIX əsrdən etibarən “hute culture” adlandırdığımız fərdi dizaynerlərin geyimlərinin hazırlanmasına başlanmış və XX əsrdən etibarən isə bu tendensiya genişlənərək günümüzdə böyük iqtisadi faktora çevrilən dəb sənayesi formalaşmışdır.

Qlobal bazarın bir parçası olan Azərbaycan Respublikasında da hazırda bu sahə üzrə bir çox kiçik atelyer, kütləvi geyim vasitələri istehsal edən fabriklər və moda evləri fəaliyyət göstərir. Bu sahənin iqtisadi tərəfinə yetərinə diqqət ayrılmadığını nəzərə alaraq bu məqaləni yazmağa qərar verdim. Məqlədə xarici təcrübələrə toxunaraq ölkəmizdə dəb sənayesinin mövcud vəziyyəti təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: Dəb, tekstil, iqtisadi, brend

UOT: 33

JEL: Z110

DOI: <https://doi.org/10.54414/AUKF8186>

Giriş

Vizual incəsənətin ən gəlirli sahələrindən biri dəb sənayesidir. Bu sənaye bir çox ölkənin əsas iqtisadi sektorlarından biri olmaqla ölkə iqtisadiyyatının dayaq nöqtələrindən biri hesab edilir. Milan, Paris, London və Nyu York dünyanın əsas dəb mərkəzləri hesab edilir. Adlarını çəkdiyimiz şəhərlərin yerləşdiyi ölkələr dünyanın əsas tekstil ixrac edən ölkələridir. Xüsusilə də yüksək dəb (hute culture) adlanan, xüsusilə dünyaca məşhur brendlərin sayına görə bu dövlətlər ən qabaqcıl ölkələr sırasındadır. Təsəffüf deyil ki, dünyada keçirilən əsas dəb həftələri məhz bu şəhərlərdə keçirilir. Lakin Avropanın digər ölkələrində də dəb sənayesinə xüsusi maraq var və İspaniya, Almaniya, İsveç kimi ölkələrin də dünyada məşhur olan geyim brendləri mövcuddur. Günümüzdə isə Livan, Hindistan, Yaponiya kimi ölkələrin də dizaynerləri öz brendləri ilə dünya arenasına çıxmağı bacarırlar. Qardaş Türkiyə də əsasən kütləvi geyimlər olmaqla dünya tekstil

sənayesində böyük bir paya malik olan ölkələrdən biridir. O kütləvi geyim bazarında yalnız Çindən geri qalır. Hətta yuxarıda adını çəkdiyimiz bir çox ölkənin orta segment geyim brendləri isə öz fabriklərini əsasən cənub-şərqi Asiya ölkəsinə daşıyırlar. Bunun əsas səbəbi isə bu ölkələrdə ucuz işçi qüvvəsinin və xammalın olmasıdır. Bu isə məhsul istehsalının maya dəyərini aşağı salır. Həmçinin dəb sənayesi dünyada” ətraf mühiti çirkləndirən ən böyük sənayelərdən biri hesab edilir. Avropa və digər İEO isə fabrikləri öz ölkələrindən çıxarmaqla ətraf mühit amillərini öz vətənlərindən bir qədər uzaqlaşdırmış olurlar.

Dəb sənayesinin iqtisadi əhəmiyyətinə gəldikdə bu sənaye yüksək gəlirli sahələrdən biri kimi çıxış edir. Bu onun insanların əsas tələbat məhsullarından biri olmasından irəli gəlir. Bununla yanaşı güclü marketinq siyasəti nəticəsində bu sahə öz varlığını və hətta geyim məhsullarının əsas ehtiyac əmtəəsindən çıxaraq əsasən mənəvi və sosial statusu vurğulayan bir

məhsul halına gətirə bilmiş sənayelərdən biridir. Belə ki, günümüzdə geyim yalnız bizim tələbatımız ödəmək üçün istifadə etdiyimiz məhsul vəziyyətindən çıxaraq, daha çox dəb anlayışının yaratdığı təsir nəticəsində həm də insanların digərlərindən fərqlənmək, daha yaxşı, daha bahalı və daha dəbli geyinməklə öz eqliqlərini təmin etdikləri məhsul kimi çıxış edir. Bu proses isə insanları həttə ehtiyacdən əmələ gəlməyən geyim məhsullarının almasına sövq edir. Bunun da nəticəsində geyim məhsullarına olan yüksək tələb daim aktual olaraq qalır.

Azərbaycana gəldikdə isə bu sahənin inkişafı çox ləng gedir. Bunun əsas səbəblərinə məqalənin əsas hissəsində toxunulmuşdur. Məqalənin yazılmasında əsas məqsəd də məhz iqtisadiyyatın bu sahəsinə diqqətin artırılması, burada mövcud olan problemlər, ölkədə dəb sənayesinin mövcud vəziyyətini qismən də olsa müəyyən etməkdən ibarətdir.

Dəb sənayesi dünya iqtisadiyyatının tərkib hissəsi kimi

Artıq qeyd etdiyimiz kimi dəb sənayesi dəyəri trilyon dollarla ölçülən dünyanın ən köklü sənayələrindən biridir. Onun əsas xüsusiyyətlərindən biri işsizlik probleminə göstərdiyi təsirdən ibarətdir. Belə ki, sənaye özündə bir çox peşə sahəsinə ehtiyac duyan geniş bir sahələri özündə birləşdirir. Bunların bir çoxu isə yüksək gəlirli peşələr hesab edilən dəb dizayneri, dəb fotoqrafları, illüstrator, dəb sənayesi üzrə menecerlər və s. kimi peşələrdir. Bundan başqa iri həcmli geyim brendləri çoxsaylı dərziləri və bu kimi digər peşə nümayəndələrinə təsir göstərir. Bu isə işsizliyə yüksək səviyyədə təsir edir. Bundan başqa dəb sənayesi digər sənayələrin də inkişafına təkan verir. Belə sahələrdən biri isə kütləvi informasiya sektorudur. Hazırda dünyada bir çox dəblə bağlı olan məşhur elektron və çap jurnallar mövcuddur. Hansı ki, bu jurnallar dəbə yön verən və ən son dəb xəbərlərini tirajlayan əsas jurnallar hesab edilir və oxucularının sayı milyonlarla təşkil edilir. Bu kimi jurnallara məşhur “Vouge”, “Elle” və s. kimi nəşrləri göstərə bilərik.

Bu sənaye çox mürəkkəb quruluşa malik olmaqla, 2.5 trilyon dollarlıq qlobal bir sənayedir. Təkcə ABŞ-da 2017-ci ildə

istehlakçılar geyim və ayaqqabılara təxminən 380 milyard dollar vəsait xərcləyiblər. Yüksək geyim brendlərindən tutmuş, topdan və pərakəndə tekstil fabriklərinə qədər ABŞ tekstil sənayesində çalışan işçilərin sayı 1.8 milyon nəfərdən çoxdur. Bu ölkə ən böyük geyim məhsulu ixracatçısı olmaqla, ölkənin əsas dəb mərkəzi kimi Nyu York şəhəri çıxış edir. Ölkədə 19000-ə yaxın modelyer fəaliyyət göstərir ki, bunun da 1/3 hissəsi bu şəhərin payına düşür. 2017-ci ildə Nyu York şəhərinin moda sənayesi özəl sektorda çalışan işçilərin 4.6%-ni təşkil etmişdir ki, həmin işçilərin ümumi əmək haqqı 11.3 milyard dollar təşkil etmiş, sənayedən gələn vergi gəliri isə 3.2 milyard dollar olmuşdur. 600 milyon dollarlıq Nyu York moda həftəsinin iqtisadi təsiri öz rəqibi olan digər üç moda həftəsinin (Milan, Paris, London) total iqtisadi təsirindən daha çox olmuşdur. [12]

Dünyada dəb sənayesi dedikdə ağıla gələn ilk ölkələrdən biri də İtaliyadır. “Made In Italy” ştampı altında ixrac edilən bütün italyan məhsulları kimi bu ölkəyə məxsus geyim brendləri də əsasən bahalı segment məhsullar hesab edilir. Lakin, 2008-ci il böhranından sonra ölkənin digər sektorları kimi dəb sənayesində də problemlər yaranmağa başlamış və bir neçə məşhur italyan geyim brendi xarici ölkə şirkətlərinə satılmışdır. Belə brendlərdən biri də “Versace” markasıdır. Marka amerikan geyim nəhəngi olan “Michael Kors” 2.12 milyard dollara tərəfindən satın alınmışdır. [10] İtaliya Moda Palatasının Prezidenti Kapasanın son açıqlamalarına əsasən toxuculuq, dəri məmulatları, geyim, ayaqqabı, zərgərlik, gözəllik məhsulları və eynək daxil olmaqla bütövlükdə İtaliya moda və dəb sənayesinin 2022-ci il gəlirinin 2021-ci ilə nisbətən 10,5% artaraq 92 milyard avroya çatacağı gözlənilir. Onun sözlərinə əsasən həttə bu sektor ikinci yarımillikdə böyüməyi dayandırsa belə, ilin rekord qıran ilk altı ayında İtaliya dəb sənayesi üzrə bütövlükdə 2022-ci il üçün regionda satışların 10-11% artacağını proqnozlaşdırıla bilər. “2022-ci ilin yanvar-may ayları arasında İtaliyanın moda ixracı ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 21,9% artıb. Bütövlükdə 2022-ci ildə İtaliya moda sənayesi tərəfindən ixracın dəyərinin 79,4 milyard avroya çatacağı gözlənilir” deyərək o bildirib. 2022-ci ilin ilk beş

ayında İtaliya moda satışları xüsusilə ABŞ (59,7%), Cənubi Koreya (34,1%), İspaniya (31,5%) və Fransa (25,1%) və Almaniya (20,2%) artıb. Eləcə də Böyük Britaniya (22,3%) satışlar Brexit-in nəticələrinin azalmasından sonra güclü canlanma göstərmişdir. [10]

MakKinsey 2017-ci ildə “Modanın Vəziyyəti” (State of Fashion) adlı hesabatında bildirmişdi ki, əgər dəb sənayesi ayrı-ayrı ölkələrin ÜDM ilə bərabər global moda ilə hesablasa idi bu sənaye dünyanın yeddinci ən

böyük iqtisadiyyatı hesab oluna bilərdi. Covid-19 pandemiyasından əvvəl “Euromonitor” və MakKinseyin iki fərqli araşdırma hesabatına görə moda sənayesinin global gəliri 1,7 trilyon ilə 2,5 trilyon dollar arasında qiymətləndirilirdi. [7]

“FashionUnited” veb saytında dərc edilən “Qlobal Dəb Sənayesi Statistikaları” adlı məqalədə-ci il üzrə tekstil sahəsi üzrə əsas 10 ölkənin siyahısı aşağıdakı cədvəldəki kimi təqdim edilmişdir.

Cədvəl 1.

Müxtəlif ölkələrin dəb sənayesinin ixrac həsmi (mlrd. dollarla) və ixracda payı [7]

<i>Ölkə</i>	<i>2020-ci il üzrə dəyər, mlrd. dollar</i>	<i>Dünya ixracında payı, 2020</i>	<i>İllik faiz dəyişməsi</i>
<i>Çin</i>	154	43.5	29
<i>Avropa İttifaqı</i>	64	18.1	-3
<i>Hindistan</i>	15	4.2	-12
<i>Türkiyə</i>	12	3.3	-1
<i>ABŞ</i>	11	3.2	-15
<i>Vietnam</i>	10	2.8	11
<i>Korea Respublikası</i>	8	2.2	-15
<i>Pakistan</i>	7	2.0	-8
<i>Çin Taypeyi</i>	7	2.0	-17
<i>Yaponiya</i>	6	1.6	-14

Göründüyü kimi, dünyada tekstil üzrə məhsul ixracının böyük qismi Çinin payına düşür. Belə ki, ölkənin 2020-ci il üzrə ixracı bütövlükdə Aİ-a daxil olan ölkələrin ixracından iki dəfədən də çoxdur. Bundan başqa cədvəldə də əks olunduğu kimi əsas tekstil ixrac edən ölkələr Asiya ölkələri, xüsusilə də Cənubi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələridir. Bunun əsas səbəbi isə bu ölkələrdə ucuz xammalın və işçi qüvvəsinin mövcudluğudur.

Brendlərə gəldikdə isə əsas geyim brendləri bildiyimiz kimi Aİ ölkələri və ABŞ-ın payına düşür. 2022-ci ilin statistik məlumatlarına əsasən LVMH Group Qlobal Dəb Sənayesi bazarında 367 milyard dollarlıq marka dəyəri ilə ən yüksək bazar kapitalına malik geyim şirkəti olmuşdur. Bu şirkəti 216 milyard dollar bazar dəyəri ilə Nike firması təqib edir. Daha sonrakı pillələri 124 milyard dollarla Dior, 81 milyard dollarla İnditex, 79 milyard dollarla TJX

Companies, 55 milyard dollarlıq bazar dəyəri ilə Fast Retailing tutur. Son yerləri isə Adidas 45 milyard dollar, Lulemon Athletica 41 milyard dollar, Ross Stores 32 milyard dollar, H&M isə 27 milyard dollarlıq bazar dəyəri ilə izləyirlər. [7]

Beynəlxalq Əmək Təşkilatının məlumatına görə, bütün dünyada tekstil, geyim, dəri və ayaqqabı sənayesində 60 milyondan çox işçi çalışır. Bu isə o deməkdir ki, bu sayı toxuculuq və geyim istehsalında çalışan insanlarla məhdudlaşmır. Ellen MakArtur Fondu bildirir ki, global miqyasda geyim sənayesində dəyər zənciri boyunca moda sənayesinin dizayn, paylama və pərakəndə satış bölmələri üzrə 300 milyondan çox insan çalışır. Avropada isə tekstil və geyim sənayesində 143 000 şirkətdə 1,3 milyon insan çalışır. Bunlardan 537 482 nəfəri tekstil, 760 637 nəfəri isə geyim sahəsində fəaliyyət göstərirlər. [7]

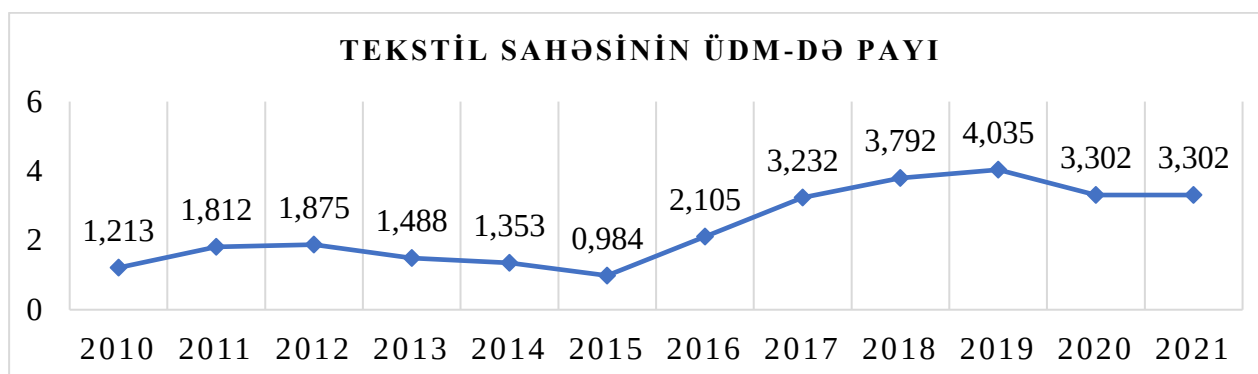
Dəb sənayesinin Azərbaycan Respublikasında inkişaf xüsusiyyətləri

Qlobal iqtisadiyyatda geniş təsirə malik olan dəb sənayesinin Azərbaycanda inkişaf səviyyəsi isə artıq adını çəkdiyimiz bir çox ölkələrdən çox geridə qalır. Ölkəmizdə tekstil sahəsi çox az inkişaf edən sahələrdən biridir. Xüsusilə yüksək dəb brendlərinin sayı çox az olmaqla istər dizayn, istərsə də keyfiyyət baxımından nəinki dünya bazarında, yerli bazarda da öz rəqiblərinə udurur. Xüsusilə Sovet Azərbaycanı dövründə ölkəmizdə pambıq, ipək kimi parça istehsalının yüksək səviyyədə olmasa, tarixi ənənələrin mövcudluğu ölkəmizdə tekstil sahəsinin inkişafında önəmli faktor olmalı olduğu halda müstəqilliyi əldə etdikdən sonra bu sahənin inkişafında digər sənaye sahələrində olduğu kimi durğunluq dövrü başlamışdır. “Fed.az”-ın “Banker.az” saytına istinadən verdiyi xəbərə (məlumatlar DSK-dan əldə edilmişdir) əsasən 2023-cü ildə Azərbaycanda pambıq istehsalında məhsuldarlıq 2.42 sentner artsa da, 2023-cü ilin yanvar ayına olan məlumata əsasən 10765.3 ton pambıq mahlı, 863.9 pambıq ipliği istehsal olunmuşdur ki, bu da əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə müvafiq olaraq 4.1% və 46.2% azalma deməkdir. Xəbərdə həmçinin toxuculuq sənayesi, geyim, dəri və dəridən məmulatların, ayaqqabıların istehsalı sahələrində 46.6 milyon manat dəyərində məhsul istehsal edildiyi, əvvəlki ilin müvafiq ayı ilə müqayisədə isə dəri və dəridən məmulatların, ayaqqabıların istehsalında 2.9 dəfə, geyim istehsalında 25.4 faiz, toxuculuq sənayesində isə 17.5 faiz artım müşahidə oluğu bildirilmişdir. [5] Təbii olaraq ölkədə istehsal olunan bu tip tekstil sahəsinin əsas xammalını təşkil edən məhsulların istehsalı xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Bu tip məhsullardan biri də dəridir. Ölkəmizdə dəri istehsalının dəyər ifadəsi 2018-ci ildə 26.1 milyon manat olmuşdur. Dəridən istehsal olunan məhsullar içərisində birinci yeri ayaqqabı istehsalı tutur ki, 2021-ci ilin göstəricilərinə əsasən ölkədə 1 milyon 214 min cüt ayaqqabı istehsal edilmişdir. [8]

İbrahim Niftiyev apardığı “Azərbaycan İqtisadiyyatında Tekstil və Kimya Alt Sektorları: Mümkün De-sənayələşdirməyə

Təsviri Baxış” adlı araşdırmada Azərbaycanda Sovet dövrü və post-sovet dövrü üzrə tekstil sənayesi üzrə məlumatları tətqiq etmişdir. O yazdığı məqalədə Sovet dövründə xüsusilə də 1980-ci ildə ölkədə ayaqqabı istehsalının pik həddə çatdığını qeyd edir. Bundan sonrakı dövəmdə isə müstəqilliyin əldə edilməsi ilə ayaqqabı istehsalı demək olar ki, dağılmışdır deyər o qeyd edir. Müəllif bildirir ki, bu dövəmdən sonra AR-də ayaqqabı istehsalı 500.0 min cütə qədər enmişdir. Bundan sonrakı dövrdə ölkədə ayaqqabı istehsalı öz pik həddinə 2020-ci ildə çatmışdır (544.2 min cüt). İ.Niftiyevin qeydlərinə əsasən ölkədə pambıq, ipək parça, xalça məmulatları istehsalında da ciddi azalma qeydə alınmışdır. Yalnız 2016-cı ildə 1325.0 min ədəd pambıq yataq dəsti istehsal edilmişdir ki, bundan sonra dövlət pambıq istehsalının inkişafına diqqət yetirməyə başlamışdır. Pambıq istehsalının artımı isə təbii ki, gələcəkdə geyim sektorunda da pambıq parça ehtiyatına olan tələbin yerli xammal hesabına ödənməsinə təkan verər bilər. Ölkədə üst geyim və alt paltar istehsalında 1945-1960-cı illər aralığında xüsusi artım tempin olmuşdur ki, rəqəmlər uyğun olaraq 1564.0-dan 11998.0-a yüksəlmişdi. Post-sovet dövründə isə bu sahədə də azalma qeyd edilmiş və bu sektorda istehsal 2000-ci ildə 419.6 min ədəd, 2014-cü ildə isə 314.7 min ədəd olmuşdur. [9] “ABC.AZ” saytının Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən verdiyi məlumatda isə qeyd edilir ki, Azərbaycanda 2023-cü ilin ilk yeddi ayında tekstil, xəz-dəri, geyim və ayaqqabı istehsalının yaratdığı dəyər 268.1 milyon manat olmuşdur. Saytda qeyd edilən məlumatda qeyd edilir ki, ölkədə tekstil sahəsinin gəlirlərində 43%-lik artım qeyd edilsə də, dəri, dəri məmulatları və ayaqqabı istehsalında 19.1%, geyim istehsalında isə 23.4%-lik azalma qeydə alınmışdır. [3]

Ölkəmizdə tekstil sahəsi ÜDM-də payı müxtəlif illərdə fərqli göstəricilərə sahib olmuşdur. CEIC-in Azərbaycan üzrə hesabatına nəzər yetirdikdə 2001-2021-ci illər aralığı üzrə məlumatlara nəzər yetirdikdə nəşrin öz rəsmi veb saytında da mövcud olan aşağıdakı qrafaya yaranır. Bu qrafaya ölkəmizdə qeyd edilmiş illər üzrə tekstil sahəsinin ÜDM-ki payı əks edilir.



Qrafik 1. Azərbaycan Respublikasında tekstil sənayesinin 2001-2021-ci illər üzrə ÜDM-də payı [2]

Qrafikdən də göründüyü kimi on il ərzində ölkədə tekstil sahəsində artım müşahidə olunmuşdur. Xüsusilə bu sahənin ÜDM-də payı pandemiyadan əvvəlki ildə, 2019-cu ildə 4.03-ə qədər yüksəlmişdir. Bu isə 2010-cu illə müqayisədə 70%, 2018-ci illə müqayisədə isə 6.1% artım deməkdir. Pandemiyadan sonrakı dövərdə isə bu pay 2017-ci ildəkinə yaxın olmaqla 2020 və 2021-ci illərdə dəyişməz olaraq 3.302% olmuşdur.

“EU4Environment”-in Şərq Tərəfdaşlığı Ölkələri üzrə yaşıl iqtisadiyyatın inkişafı ilə bağlı rəsmi veb saytında edilən yayımlarının biri Azərbaycanda tekstil sahəsinin inkişafına həsr edilmiş, xüsusilə də ekoloji təmiz geyim məhsulu inkişafına toxunulmuşdur. Yazıda ölkədə fəaliyyət göstərən bir neçə geyim fabrikinin fəaliyyəti barədə məlumatlar öz əksini tapmışdır. Yazıda qeyd edilir ki, Azərbaycan Respublikasında 2019-cu ildə iplik məmulatların, geyim və ayaqqabıların pərakəndə satış dəyəri 1.5 milyard avrodan çox olmuşdur. Göstərilən il ərzində ölkədən Avropa İttifaqı bazarlarına 2.2 milyon avro dəyərində məhsul ixrac edilmişdir ki, bunun da 79%-i geyim, 10%-i geyim aksesuarları (trikotaj və toxunmamış məmulatlar), 6%-i pambıq və 1%-i xalça və üzlüklərin payına düşmüşdür. Burada həmçinin qeyd edilir ki, Azərbaycanda tikəş fabriklərinin əksəriyyəti Bakı ətrafında yerləşməklə əsasən kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri ilə təmsil olunur. Bununla yanaşı ölkəmizdən üç tekstil istehsalçının artıq “EU4Environment” çərçivəsində UNIDO-un Resurslardan Effektiv və Təmiz İstehsalın (RECP) Nümayiş Lahiyyəsinə qoşulmuşdur. Bu

müəssisələrə “Alyans Textile” MMC, “Baku Textile” MMC və “BETEX Textile” MMC daxildir. “Alyans Textile” MMC 134 nəfər işçiyə malik olmaqla, müxtəlif iş, xüsusi geyimlər, ayaqqabılar və digər geyim məhsullarının istehsalı ilə məşğul olur. “Baku Textile” MMC 5000-dən çox tekstil növünün istehsalı ilə məşğul olmaqla 147 nəfər işçiyə malikdir. “BETEX Textile” MMC isə 18 nəfər işçiyə malik olmaqla müxtəlif növ geyim məhsullarını istehsal etməklə həm yerli, həm də xarici bazarlara məhsul satışını həyata keçirir. [1]

Azərbaycanda əhalinin geyimə olan ehtiyacının ödənilməsinə gəldikdə isə ARDSK-ın 2022-ci il üzrə ev təsərrüfatlarının ölçüsünə görə istehlak xərcləri üzrə məlumatına əsasən ölkə əhalisi bu istiqamətdə ay ərzində adambaşına bir nəfərdən ibarət ailə üçün 54.5 manat, 6 nəfərdən üzvü olan əhali üçün isə 16.1 manat düşmüşdür. Göstəricilərin ümumi istehlak xərclərinə olan faiz göstəricisi isə uyğun olaraq 6.9% və 5.5% olmuşdur. Geyim məhsullarının idxal və ixracına gəldikdə isə, üst geyimlər üzrə məlumatlar Statistika Komitəsinin məlumatlarında qeyd edilməsə də, ayaqqabı idxalı üzrə göstəricilər öz əksini tapmışdır. Verilən məlumatlara əsasən 2022-ci il üzrə ölkəyə 32947.6 cüt ayaqqabı idxal edilmişdir ki, bunun dəyəri 91471.9 min ABŞ dolları olmuşdur. İdxalın həyata keçirildiyi əsas ölkələr isə Çin, İran, Türkiyə, Gürcüstan, Ukrayna, Vyetnam, Niderland, Özbəkistan, Belçika və Almaniya olmuşdur. [4] Qeyd etdiyimiz kimi, əfsuslar olsun ki, DSK-ın rəsmi saytında bu növ

məhsulların ixracı ilə bağlı məlumatlar öz əksini tapmamışdır.

Nəticə

Ölkəmizdə hazırda bir neçə yerli brendlər fəaliyyət göstərir. Təəssüf ki, yerli brendlərin sayı, burada çalışan işçilər, onların gəliri barədə hər hansı məlumat tapmaq mümkün deyil. Bu isə özlüyündə bu sahənin yaratdığı iqtisadi təsiri aydınlaşdırmağımıza maneə törədir. Ölkədə fəaliyyət göstərən əsas yeri brendlərə “Kangarlı Boutique”, “Emiland”, “Parcha”, “FX Beauty”, “Gülənə Xəlilova Moda Evi” və s. kimi brendlər mövcuddur. Bununla yanaşı son dövrlərdə yeni kiçik atelyer formasında bir neçə moda evləri fəaliyyətə başlamışdır. Geyim brendləri ilə yanaşı son dövrlər “corabb.az”, “Kalağayım” kimi aksesuar brendlərinin də inkişaf ediyini görə bilərik. Bununla yanaşı artıq bir neçə ildir ki, ölkəmiz “Baku Fashion Week” çərçivəsində dəb şoularına ev sahibliyi edir. Bu dəfələrdə yerli brendlərlə yanaşı bəzi qonşu və post-sovet ölkələrinin də nümayəndələri iştirak edirlər. Dəb sənayesinin inkişafında bu gün son dövrlər xüsusilə populyarlıq qazanan dəb kurslarının ölkəmizdə artışıdır. Bu tip kurslara “M Fashion Institute”, “Chenille Studio” kimi bir neçə dəb kurslarını misal gətirə bilərik. Bununla yanaşı artıq bir neçəildir ki, Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti, Qərbi Kaspi Universiteti, Xəzər Universiteti kimi ali təhsil ocaqlarında bu ixtisas tədris olunur. Lakin, hazırkı nəticələr onun göstərir ki, bu universitetlərdəki tədris metodikası və üsulları dünya standartlarından geri qalır. Xüsusilə yerli brendlərə məxsus çox az sayda olan “hute culture” (yüksək dəb) brendlər və ya atelyer məhsulları xarici brendlərlə rəqabətdə keyfiyyət, yenilikçi dizayn, geyimin tikilməsində istifadə olunan texnologiya və s. baxımından geri qalır. Azərbaycan Dəb Həftəsi çərçivəsində keçirilən dəfəfilər də ölkəmizdə dəb sənayesində ciddi problemlərin olmasının bariz nümunələrindən biridir.

Əfsuslar olsun ki, artıq qeyd etdiyim kimi dəb sənayesinin iqtisadi tərəflərini tam aydınlaşdırmaq üçün statistik göstəricilərin yoxluğu bu sahənin iqtisadi tərəflərini tam şəkildə müəyyənləşdirmək mümkün olmur. Bu hal təkcə dəb sənayesi ilə kifayətlənməyib,

vizual incəsənətin digər sahələrində də eyni vəziyyətlə qarşılaşırıq. Bu isə ölkədə mədəniyyət sahələrinin bu növünə olan marağın həm əhali səviyyəsində, həm də dövlət səviyyəsində az olmasının göstəricisi kimi qiymətləndirilməlidir. Buradan nəticə çıxarmaq olar ki, təəssüf Azərbaycanda hələ də mədəniyyət sahələrinin digər sahələri kimi vizual incəsənətə də fərdi öz fəaliyyət sahəsi kimi baxılır və onun inkişaf etdirilməsi istiqamətində lazımi addımlar atılmır və bu hal vizual incəsənətdə özünü daha çox biruzə verir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. “Greening the Industry” – Azerbaijani textile manufactures Alyans, Baku And BETEX benefit from taking part in the EU4Environment company assessments
<https://www.eu4environment.org/news/greening-the-industry-azerbaijani-textile-manufacturers-alyans-baku-and-betex-benefit-from-taking-part-in-the-eu4environment-company-assessments/>
2. Azerbaijan GDP: % of manufacturing: Textiles and Clothing
<https://www.ceicdata.com/en/azerbaijan/gross-domestic-product-share-of-gdp/az-gdp--of-manufacturing-textiles-and-clothing>
3. Azerbaijan posts increase in textile industry
<https://abc.az/en/news/125982/azerbaijan-posts-increase-in-textile-industry>
4. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi
<https://www.stat.gov.az/>
5. Azərbaycanda pambıq istehsalı 50% azalıb
<https://fed.az/az/senaye/azerbaycanda-pambiq-istehsali-50-azalib-155603>
6. Congresswoman Carolyn B. Maloney, The Economic impact of the fashion industry, February 2019
<https://www.jec.senate.gov/public/cache/files/39201d61-aec8-4458-80e8-2fe26ee8a31e/economic-impact-of-the-fashion-industry.pdf>
7. Global Fashion Industry Statistics
<https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>
8. Hümbət Əliyev və Azər Mehtiyev, Göndəri məmulatları istehsalının inkişafı

Azərbaycan İqtisadiyyatının şaxələndirilməsi istiqamətlərindən biri kimi, Bakı 2023
<https://idi-aze.org/iqtisadiyyat/gon-deri-memulatlari-istehsalinin-inkisafi-azerbaycan-iqtisadiyyatinin-saxelendirilmesi-istiqametlerinden-biri-kimi-arasdirma-senedi>

9. Ibrahim Niftiyev, Textile and chemical subsectors in the Azerbaijani economy: A descriptive glance at possible de-industrialization, February 2022
https://www.researchgate.net/publication/359084521_Textile_and_Chemical_Subsectors_in_the_Azerbaijani_Economy_A_Descriptive_Glance_at_Possible_De-Industrialization

10. Italian fashion industry expects record result in 2022
<https://us.fashionnetwork.com/news/Italian->

[fashion-industry-expects-record-results-in-2022,1436937.html](https://www.fashionindustrynews.com/fashion-industry-expects-record-results-in-2022,1436937.html)

11. Michael Kors Acquires Versace for more than 2.12 billion
<https://www.vogue.com/article/michael-kors-acquires-versace>

12. The economic impact of the fashion industry
<https://fashinnovation.nyc/the-economic-impact-of-the-fashion-industry/#:~:text=The%20Economic%20Impact%20of%20the%20Fashion%20Industry%3A%20Fast%20Fashion&text=It%20has%20a%20huge%20impact,1%2C652.73%20billion%20dollars%20by%202020>

13. Value of Fashion Report
<https://www.britishfashioncouncil.co.uk/news-detail.aspx?ID=228>

Мамедов Джамаледдин Парвиз оглы, к.э.н.
Институт Экономики МНОАР,
E-mail: jamal.mammadov23@gmail.com

ИНДУСТРИЯ МОДЫ КАК СУБСЕКТОР КУЛЬТУРНОЙ ИНДУСТРИИ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DƏB SƏNAYESİ MƏDƏNİ SƏNAYELƏRİN SUBSEKTORU KİMİ

Резюме

Одежда является основным продуктом человеческого спроса, а ее производство – одной из сфер, вносящих важный вклад в экономику страны. Следует отметить, что с древнейших времен одежда стала не только товаром основного спроса, но и одним из факторов, указывающих на социальный статус. Сегодня люди хотят выбирать одежду не только как средство прикрытия тела, но и согласно своему строению, своему социальному и культурному статусу. Как я уже сказал, это наследие, оставленное нам историческими традициями. В результате этого с 19 века началось производство одежды отдельными дизайнерами, которое мы называем «hutesculture», а с 20 века это направление расширилось и сформировало индустрию моды, ставшую основной. Экономический фактор сегодня.

В Азербайджанской Республике, являющейся частью мирового рынка, в настоящее время в этой сфере работает множество небольших ателье, фабрик и домов мод. Я решил написать эту статью, учитывая, что экономической стороне этой сферы уделяется недостаточно внимания. В статье анализируется современное положение индустрии моды в нашей стране с привлечением зарубежного опыта.

Ключевые слова: мода, экономика, текстиль, бренд.

Mamedov Jamaledin Parviz oglu, Ph.D.

Institute of Economics MSEAR,

E-mail: jamal.mammadov23@gmail.com

FASHION INDUSTRY AS A SUB-SECTOR OF THE CULTURAL INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN

Summary

Clothing is the main product of human demand, and its production is one of the areas that make an important contribution to the country's economy. It should be noted that since ancient times, clothing has become not only a product of basic demand, but also one of the factors indicating social status. Today, people want to choose clothes not only as a means of covering the body, but also according to their structure, their social and cultural status. As I have already mentioned, this is a legacy left to us from historical traditions. As a result of this, since the 19th century, the production of clothes by individual designers, which we call "hute cuture", has begun, and since the 20th century, this trend has expanded and formed a fashion industry that has become a major economic factor today.

In the Republic of Azerbaijan, which is a part of the global market, many small ateliers, factories and fashion houses are currently operating in this field. I decided to write this article considering that the economic side of this field is not given enough attention. The current situation of the fashion industry in our country is analyzed in the article, referring to foreign experiences.

Key words: fashion, economic, textile, brand

Daxil olub: 02.07.2023