

Раздел Экономика и инновации Sections Economy and Innovations

УДК 330.341.42

Выбор факторов влияющих
на увеличение ненефтяного
экспорта¹

Selection of factors affecting
increase of non-oil export

Айнура Манаф кызы Исмаилова

Научно-исследовательский институт
экономических реформ (НИИЭР),
Азербайджан,
заместитель директора

Aynura Manaf kizi Ismayilova

Institute for Scientific Research on
Economic Reforms under the Ministry of
Economy of the Republic of Azerbaijan,
Deputy Director

Аннотация: Изучение влияния роста доли экспорта в мировой торговой системе, а также различных факторов, таких как: нормативные, стратегические, экологические и т.д. на эффективность экспорта приобретают в последнее время большое значение. Несмотря на то, что иностранными исследователями проведен ряд работ, соглашений по влияющим факторам на экспорт и по классификации их класса так и не достигнуто.

Укрепление потенциала экономики, особенно ненефтяного сектора, а также вышеупомянутого экспортного сектора требуют многочисленных и детальных исследований. Таким образом, результаты исследования, приведенные в данной статье, могут быть использованы в качестве основного источника для будущих исследований в области ненефтяного экспорта.

Ключевые слова: ненефтяной экспорт, эффективность экспорта, эффективность факторов, классификация факторов.

Abstract: The impact study of various factors such as growing share of exports in world trade system, as well as regulatory, strategic, environmental and etc on the efficiency of exports is gaining more and more importance. Despite the fact that a number of works have been done by foreign researchers, an agreement has not reached on the factors affecting and their classification. Strengthening the capacity of the economy, especially the non-oil sector, as well as the above-mentioned export sector requires numerous and detailed research. Therefore, the results of the research can be used as a primary source for the future studies in the field of non-oil exports.

Key words: non-oil exports, export efficiency, efficiency factors, classification of factors

JEL Classification Codes: O10, O11, F14, F63

DOI:10.31432/1994-2443-2018-13-1-45-52

1. Введение

Почти все современные исследователи-экономисты пришли к единодушному выводу, что в развитии мировой экономики важную роль играет экспорт. В странах, применяющих открытую экономическую политику с целью обеспечения устойчи-

вости социально-экономического развития, одним из главных направлений является укрепление потенциала экспорта. В мире, за последние 30 лет, торговля товарами и услугами увеличивается каждый год в среднем на 7%, достигнув 18 миллиардов долларов США. В дополнение в 2011 году эта сумма увеличилась до \$ 4 трлн. В 1980-2011 годах разви-

¹ Данная работа выполнена при финансовой поддержке Фонда Развития Науки при Президенте Азербайджанской Республики — Грант № EIF/GAM-3-2014-6(21)-24/24/5

вающимся странам удалось увеличить свою долю мирового экспорта с 34% до 47%, и с 29% до 42% в мировом импорте [1, с. 45].

Возрастающая роль Азии в мировой торговле, увеличивающаяся роль услуг после измерений с добавленной стоимостью товара, резкое снижение цен на нефть на мировых рынках, нестабильность на мировых финансовых рынках, геополитические изменения и риски, увеличение населения мира и др. события привели к изменению глобальной экономической среды, а также к обзору существующих возможностей, в особенности в нересурсном экспорте.

Главная задача Азербайджана, как экспортера углеводородов, которая уже не выходит за рамки мировых тенденций, заключается в увеличении экспорта нефти и минимизации зависимости от экспорта ресурсов. Таким образом, в настоящем исследовании были интерпретированы факторы, влияющие на рост экспорта (эффективности), теоретическую концептуальную основу и подходы к классификации их класса в мировой практике.

2. Теоретико-методологические основы исследования

Рост мобильности в общении с 1960-х годов, развитие транспортной и логистической технологий способствовали ускорению глобализации торговли. Поскольку переход на глобальную рыночную интеграцию и глобализацию играет доминирующую роль, экспорт играет важную роль, как важный фактор экономического развития. В этом процессе, в особенности развитые страны, открыли свою экономику для международной конкурентоспособности. Ссылка на этот подход в развитых странах способствовала росту экспорта в развивающихся странах Восточной Азии, а также устойчивому экономическому росту, а затем к различным аспектам экономической эффективности в Восточной Азии.

Одним из первых признаков эффективности экспорта иностранной страны является объем экспорта. Факторы, которые определяют и влияют на конкурентоспособность стран во всем мире, это: эффективность предприятий (принадлежащих стране), на внутреннем и внешнем рынках, добавленная стоимость и конкурентные преимущества. Множество факторов влияют на объемы экспорта, определяемые конкурентоспособностью на международных рынках. Эта движущая сила процесса или события, называемая единой концепцией «фактор», которая почти идентична в разных словарях.

В зависимости от различных экономических показателей, количество факторов, влияющих на экспорт нефти и ее эффективность, с одной стороны, заключается в том, что они имеют разные

особенности, с другой стороны, невозможность очевидного превосходства их влияния, а также невозможность принять во внимание влияние всех факторов в процессе оценки. Это затрудняет принятие решения в процессе математического выражения и итоговой оценки. Именно поэтому процесс принятия решений о правильной оценке факторов, влияющих на увеличение экспорта ненефтяных ресурсов, стал серьезным объектом экономических и статистических исследований.

Увеличение объема экспорта и его эффективности практически невозможно без сотрудничества государства, экспортирующих компаний и научно-экономического сообщества. Другими словами, следует серьезно изучить предложения и рекомендации по продвижению экспорта, которые влияют на эффективность экспорта, а также, результаты исследований должны быть на практике доступны для управления решениями.

Вопросы эффективности экспорта являются одними из актуальных вопросов, привлекающих как интерес к науке (академической), так и к предпринимательству. Учитывая растущую конкуренцию на внешних рынках, последние 40 лет большое внимание уделяется изучению влияния экспорта, управлению предприятиями, воздействию стратегических и экологических факторов на эффективность экспорта в мировой торговой системе. Это долгосрочное исследование также отражает актуальность темы. Существуют различные подходы к классификации факторов, влияющих на эффективность экспорта в научных источниках.

По мнению Ааби и Слатера, такими факторами (влияющими на экспорт) являются: технология, рыночная информация, планирование, маркетинговые стратегии, размеры предприятия, навыки управления экспортом, конкурентоспособность предприятий, управление предприятием [2].

По мнению Зоу и Стана факторы подразделяются на две группы, такие как: *влияющие* (эффективность экспорта (количество сотрудников, общий доход)), функции управления экспортом, стратегии экспортного маркетинга (опыт в экспорте, технологический вес, международная конкурентоспособность) и *окружающая среда* [3]. Лютер и соавторы считают, что факторы, влияющие на эффективность экспорта, были разделены на три группы, такие как: бизнес, управление и стратегия [4]. Донтух и Ким традиционно классифицируют их как факторы внутреннего и внешнего класса [5].

Таким образом, были упомянуты внутренние факторы: маркетинговые стратегии в экспорте, характеристики предприятия; и факторы, относящиеся к поведению менеджеров. Экспорт основан на таких переменных, как: маркетинговые стратегии, про-

дукт, цена, стимулы, распределение и отношения [6]. Факторы, относящиеся к поведению администраторов в международной деятельности, встречаются в работах Чавушгюля и Зоуна [7], а также Валоса и Бейкера [8]. Внешние факторы включают внутриполитическую среду, внешнюю политическую среду и внешние социокультурные особенности.

2.1. Типы экспорта и эффективность

Подробнее остановимся на экспортном анализе, важности экспорта, его типах, стратегии доступа к экспортным рынкам и эффективности экспорта. Экспорт или на простом языке «заграничная продажа» означает продажу собственности непосредственно в страну собственника или с помощью стороны за пределами страны и приведение стоимости (дохода) в страну в соответствии с законом. Как мы уже отмечали в начале этого вопроса, не только в развивающихся странах, но и в развитых странах, инструментарий и инструменты экономического роста стали предметом обширных исследований и дискуссий. Таким образом, многие страны отошли от внешних отношений, предпочитая индустриализацию, основанную на внутреннем экономическом росте. Однако, с 1960-х годов экономическая политика оказала негативное влияние на экспорт, и этот подход оказался неверен.

Теоретические идеи об экспортно-ориентированном экономическом росте или эффектах индустриализации и развития, выраженные в форме открытого роста, были составлены из теории сравнительных преимуществ классического экономиста Дэвида Ричарда. Согласно теории, международная специализация является основой сравнительных преимуществ. Благодаря эффективному распределению специализированных и ограниченных ресурсов в международном разделении труда, экспорт принес пользу странам, участвующим в торговле, что привело к увеличению национального дохода.

Одной из тем, затронутых в экономической литературе, является тема: «Как создать быстрое и устойчивое экономическое развитие». Одним из путей обеспечения экономического роста является экспорт [9], поскольку теоретически экспорт оказывает положительное влияние на экономический рост. Поддержка экспорта, прямой экономический рост за счет увеличения выпуска экспортируемых товаров, а также увеличение денежной массы страны приводит к развитию товаров и услуг в стране, что, в свою очередь, способствует экономическому росту.

Таким образом, влияние экспорта на экономический рост:

- (i) увеличение экспорта;
- (ii) увеличение экспорта приводит к приобретению и распространению новых технологий;

(iii) раскрытие новых возможностей для экспорта, усиление конкуренции (международный спрос на международные товары);

(iv) для стран с ограниченными внутренними возможностями, узкой экономикой, экономический рост за счет экспорта;

(v) увеличение денежного потока. Например, в настоящее время доля развивающихся стран в мировой торговле является примером того, что экспорт обладает реальной властью в экономическом развитии.

Если мы внимательно рассмотрим экспорт, мы увидим, что он имеет разные виды, такие как (i) свободный экспорт, (ii) зарегистрированный экспорт и (iii) конкретный экспорт. Стратегии доступа к экспортным рынкам: (i) *косвенно* (через посредников, отечественных и зарубежных торговцев, представительств, экспортных ассоциаций и корпораций, компаний, торгующих за рубежом, без согласия этих компаний, компаний с комбинированным экспортным контролем); (ii) *напрямую* [10, 11].

На практике компании, которые начали новый бизнес косвенного экспорта, а затем переходят на прямой экспорт. Тем не менее, риск прямого экспорта выше, чем первого. Прямой экспорт включает в себя девять внутренних отделов экспорта: *офисы продаж за рубежом, зарубежные сбытовые бюро, зарубежные сбытовые компании, акционерные компании, агентства и дистрибьюторы, тур агентства, импортеры и оптовые продавцы, розничные торговцы на внешних рынках и электронная торговля* [12].

Концепция эффективности экспорта. В целом, при рассмотрении вопроса об оптимизации экспорта, следует рассматривать, каким образом он проводился. Другими словами, существует потребность в точных измеримых показателях, которые могут быть использованы для повышения уровня роста экспорта. Традиционно абсолютная и относительная эффективность в макроэкономике использовалась как в бывшем Советском Союзе, так и в Российской Федерации [13]. Здесь *абсолютная эффективность экспорта* указывает отношение доходов от экспорта к его издержкам, иными словами, *прибыльность экспорта*. *Относительный показатель эффективности экспорта* характеризует степень прибыльности экспорта по сравнению с продажей продукции на внешних рынках.

2.2. Классификация факторов, влияющих на эффективность (увеличение) экспорта

Результаты исследований эффективности экспорта рассмотрены главным образом, в работах

зарубежных исследователей. Скорее всего это связано с тем, что вопросы увеличения экспортного потенциала в зарубежных странах начались много лет назад (по сравнению с Азербайджаном). Это исследование стало необходимостью для них. В настоящее время азербайджанские эксперты не располагают достаточным пространством для изучения факторов, влияющих на эффективность экспорта. Поэтому были сделаны ссылки на внешние источники, изучены факторы влияния и их классификация.

Для сравнения, годовой отчет ВТО [1] рассмотрел фундаментальные экономические факторы, влияющие на внешнюю торговлю и их (1) демографические изменения, (2) инвестиции, (3) технологию, (4) энергию и другие природные ресурсы, (5) транспортные расходы и (6) учреждения.

В целом в экономико-статистической оценке, макроэкономические показатели, влияющие на эффективность экспорта это: (i) иностранные инвестиции (косвенные и прямые иностранные инвестиции); (ii) обменный курс (реальный и номинальный обменный курс); (iii) процентная ставка (реальная и номинальная процентная ставка); (iv) инфляция и (v) импорт. В это же время эконометрическая оценка проводится путем оценки зависимости эффективности экспорта от макроэкономических переменных, таких как: импорт, инфляция, обменный курс, процентная ставка и иностранные инвестиции в качестве внешних зависимых переменных.

Существует тесная связь между концепцией глобализации и транснациональными корпорациями, которая связана с высоким воздействием глобализации на эти предприятия. Факторы, влияющие на определение рыночных позиций предприятий, вовлеченных в экспорт из-за глобализации:

- (i) *макроэкономические*: значительная разница в производительности между странами, проблемы в развивающихся странах, передача технологий, резкие изменения обменных курсов, рост численности населения мира к 2050 году в основном в развивающихся странах;
- (ii) *политические*: торговля, содействие региональной интеграции, увеличение либерализации доходов факторов производства (регулирование освобождения от инвестиций, сырьевые материалы и потоки человеческого капитала), региональная группа, защита интеллектуальных инвестиций, особенно в развивающихся странах в области международного стимулирования экспорта в 3-х международных организациях (влияние Организации Объединенных Наций (ООН), Международного валютного фонда (МВФ), Всемирного банка (ВБ));

(iii) *технологические*: быстрое падение операционных, коммуникационных и транспортных издержек, экономические и технологические скачки, быстрые технологические трансферты — умственные сектора, быстрый рост на международных рынках, которые могут быть проданы в технологиях перевозчиков с высоким уровнем риска, цель продажи технологических сфер деятельности фирм между собой и растущее число кооперативного сотрудничества;

(iv) *организационные*: эффективное управление доступными ресурсами, не связанное с активами стратегического управления, с изменениями глобальной сети [14].

(v) *традиционные экономические* исследования относятся к внешним источникам, таким как единая единица экспортной оценки, из-за непредставления экономических критериев. «Эффективность экспорта» взята из слова «показатель экспорта» в англоязычной литературе, а в русскоязычной литературе такой же термин используется как термин «результат экспорта». Здесь термин «Эффективность экспорта» означает весь диапазон измеряемых, качественных и количественных характеристик.

Хотя экспортная производительность имеет неоспоримые преимущества, существуют значительные риски, вызывающие практические трудности при оценке экспорта:

- не позволяет использовать показатели эффективности экспорта для их различных целей, идентифицирующих этап ввода;
- обменный курс национальной валюты по отношению к иностранной валюте, постоянно меняется, что делает его трудно определяемым для реальной стоимости национальной валюты. Колебание валютных курсов зависит от приобретения покупателями иностранной валюты, а также от других факторов, например, от политических факторов;
- большинство компаний-экспортеров выходят на зарубежные рынки с помощью посредников, таким образом, большая часть выручки от продаж остается за рубежом;
- многие предприятия, бухгалтерский учет по-прежнему ведут старым или смешанным методом, что приводит к потере в выборе и расчете рентабельности экспортных операций;
- при оценке эффективности экспорта, фирмы-экспортеры должны предоставлять необходимую информацию, которая связана с

такими вопросами, как коммерческая тайна, что маловероятно.

Несмотря на то, что «Эффективность экспорта» широко используется в зарубежных исследованиях, единого подхода ее оценки не существует. Ссылаясь на обобщённые работы, Katsikeas, Leonidou и Морган имеет 42 показателя, из которых 23 экономических, 14 не экономических и 5 субъективных. Основываясь на трудности в определении концептуального подхода к систематизации показателей, необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- желательно, чтобы оценка эффективности экспорта соответствовала системе показателей;
- использование абсолютных (объемы экспорта) и относительных величин (экспорт квот и т.д.) приводит к различным результатам;
- рекомендуется использовать как объективную, так и субъективную информацию для оценки эффективности экспорта;
- при связях с предприятиями, должны быть тщательно изучены внешние факторы, такие как: политические, социальные и культурные;
- при использовании субъективных показателей оценки отношений с конкурентами не следует использовать общие термины, такие как: «хорошо» и «плохо».

Эмпирические исследования оценки экспорта, показывают, что предприятия склонны скрывать большую часть своих доходов, считая их «тайной предприятий». Это в свою очередь, создает трудности в финансовых показателях, таких как: рентабельность, доходность и исследования. Факторы по происхождению и экономическому воздействию делятся на внутренние и внешние факторы. Такой подход можно встретить в большинстве исследовательских работ. С точки зрения содержания, понятие «фактор» является движущей силой процесса или события, и авторы пытаются различить их по своей природе [16]. Если конкретный сектор уязвим к монополии или к высокой степени вероятности предпринимательства, и имеет право влиять на внутренний и внешний рынки, то внешние факторы можно контролировать, то есть ограничить их доступ. Контролируемые факторы влияют на саму сущность процесса и имеют возможность контролировать его в нужном направлении. Неконтролируемые факторы в свою очередь зависят от государства. Государство имеет право увеличить эффективность экспорта за счет регулирования тарифных и нетарифных ограничений к доступу на внешние рынки. При перечислении факторов, включенных в эту последовательность глобальных тенденций в области

технического прогресса, следует также учитывать климатические и географические факторы.

Иностранные исследователи включают такие факторы, как: (I) экспорт маркетинговых стратегий, (II) управление, (III) характеристика менеджмента (управления), (IV) предприятие (характеристика и компетентность). Следует отметить, что самым влиятельным фактором для повышения эффективности экспорта, является практика маркетинговой стратегии. Что касается факторов внешней эффективности, иностранные ученые делят их на три группы: (I) характеристики сайта, (ii) характеристики внутреннего рынка, и (III) характеристики внешнего рынка. Кроме того, факторы, включенные в эту группу, учитывают экономические, политические, правовые, социально-культурные, технические и природно-климатические особенности.

Временные факторы делятся на: (I) постоянные и (II) временные. К первой группе относятся географическое положение и климатические условия, а ко второй группе — стратегия проникновения на внешние рынки [17]. Факторы воздействия представлены в 2-х группах (I) глобальные и (II) местные (локальные). Местные факторы включают в себя, к примеру — уровень профессионализма менеджеров, представленных на высоком уровне, объем производства, стоимость исследований, и так далее. На глобальные факторы оказывают большое влияние курс национальной валюты или конкурентоспособность на внешнем рынке.

С точки зрения доступности, факторы делятся на: (I) благоприятные и (II) неблагоприятные. Ряд благоприятных факторов определяется интуитивно. В то же время, если классифицировать их с точки зрения эффективности экспорта, мы сталкиваемся с такими характеристиками как: площадь воздействия, степень контроля над факторами, импакт-фактор, несоответствие продолжительности действия фактора, и направление действия эффекта. Среди факторов, влияющих на эффективность экспорта, необходимо выбрать те факторы, которые пострадали от его увеличения. Эти факторы с точки зрения эффективности можно разделить на три группы: технические характеристики предприятия и производства; работа методологии и технологии; покрытие психологических аспектов рабочей силы и руководства [18]. В соответствии с подходом этого автора, начиная с первого из этих факторов и следуя к третьему, время увеличивается, а расходы уменьшаются. Таким образом, факторы, влияющие на событие или индикатор разделяют на первый, второй и т.д. [19, 20]:

Внутренний

- Стратегия экспорта маркетинга (Общая стратегия экспорта, экспорт планирования, Организация экспорта; Маркетинговые исследо-

- вания; Адаптация продукта; Корректировка цен; Вещательные каналы и их адаптация; Адаптация методов продвижения продукции);
- Характеристика и полномочие предприятия (Размер предприятия, предприятие роста; Финансовое положение; Технология позиционирования на внешних рынках (доля рынка, опыт работы на зарубежных рынках));
- Возможность управления (Квалификация и навыки, знание иностранного языка, менеджеры высокого уровня, опыт с иностранными рынками; Участие в увеличении квалификации и обучающих семинарах);
- Поддержка администрирования экспорта (Видение управления и видение будущего экспорта активной мотивации (стимулы), которые будут заинтересованы в экспорте).

Внешний

- Характеристики области (уровень отсутствия устойчивости участка, интенсивность технологического развития в области);
- Характеристики внешнего рынка (экспортные рынки привлекательности, экспортные ограничения, конкурентоспособность на экспортных рынках);
- Особенности внутреннего рынка (привлекательность внутреннего рынка);
- Экономические (инвестиционная и инновационная среда в регионе, развитие системы консалтинговых и маркетинговых компаний);
- Политико-правовая (Проведение международных соглашений о сотрудничестве) защищающей меры (или даже укрепление) в странах-импортерах;
- Правовое и нормативное регулирование внешнеэкономической деятельности (экспортные квоты, субсидии и система привилегий);
- Социально-культурные (возраст населения в регионе и специализация уровня, уровень владения иностранным языком, уровень использования информационных технологий; мобильность (гибкость) персонала);
- Техническое (развитие рыночной инфраструктуры региона, региональной телефонной связи и развитие связи (в том числе доступ к сети), деятельность научно-исследовательских институтов);
- Географический климат (географическое положение, положение природных ресурсов, климатическое условие).

2.3. Необходимость новых подходов

Нефтяной сектор Азербайджана характеризуется двумя особенностями: коммерческими (сельское хозяйство, нефтегазовая промышленность и т.д.) и некоммерческими (связь, туризм, транспорт) [21]. Для последнего пятнадцатилетнего периода характерным является актуализация состояния экспорта, особенно по вопросам увеличения нефтегазового экспорта. Таким образом, одна из основных составляющих экономической политики страны в период с 2008-2009 годов, особенно с 2010 года, является развитие нефтегазового сектора. Концепция развития «Азербайджан 2020: взгляд в будущее», которая была принята в 2012 году, а также цели по увеличению нефтегазового сектора, в частности, ее экспортного потенциала, были определены в ряде государственных программ. Для достижения этих целей, что показывает важность увеличения нефтегазового экспорта, актуальность альтернативных вариантов и факторов, которые влияют на это.

Перед Азербайджаном стоят новые вызовы, стратегии, цели и важные задачи. В контексте быстрой глобализации, международной экономической интеграции процессов и глобальных тенденций, специализация на международном рынке становятся все сильнее, по модели научно-обоснованной экономики на основе инноваций и высокой добавленной стоимости. Это приводит к резкому увеличению конкурентоспособности на глобальном и региональном уровнях.

Использование аналитических методов, особенно в исследуемой области необходимо в целях расширения экспортного потенциала страны и выработки новых подходов к повышению конкурентоспособности. Проведение детальных исследований является одной из самых больших проблем в этом направлении. Без сомнений, практика будет зависеть от средних и малых предпринимателей, играющих ведущую роль в экономическом развитии инновационного потенциала.

Развитие экспортно-ориентированных малых и средних предприятий в стране, имеет решающее значение для достижения модернизации и диверсификации экономики. Установлено, что развитие МСП (малые и средние предприятия), в частности, содействие экспортно-ориентированной деятельности (I) руководителей предприятия (профессиональное управление), (II) инновационная ориентация, (III) области и конкурентоспособности, и (IV) институциональные ограничения.

3. Выводы

Наибольшим интересом государства в проведении открытой экономической политики, является

не только достижение благополучия страны, но и ее устойчивость. В то время как социально-экономические цели и задачи практически идентичны для всех стран, пути их реализации и инструменты различны. Каждая страна имеет свою модель, но при этом учитывается практика единства и опыта.

Конкурентоспособность в мировой экономике в условиях глобальных вызовов всегда актуальна, она обеспечивает экономическую безопасность страны, способствует развитию сырьевых товаров и услуг в стране, спрос на свободную конкуренцию на международных рынках и благосостояние населения.

В Азербайджане эта проблема важна, поскольку экономика, имеет широкий спектр возможностей для экспорта природных ресурсов, для перехода к экономике знаний, высоким технологиям.

Многие факторы, которые влияют на ненефтяной экспорт это: международные, региональные, национальные, макро- и микро-социально-культурные, политические, экономические факторы и т.д. Многие факторы затрудняют принимать решения лицу, для увеличения экспортного потенциала. С этой точки зрения, важно определить факторы, а также оценить их распространенность, которые имеют большое значение для механизма принятия решений. В то же время, отдельные исследования класса производных факторов должны быть обоснованы и глубоко исследованы, что, в свою очередь, определяет позицию страны в экспортной политике, в какой степени и когда она будет достигнута — всё это находится в непосредственной связи.

ЛИТЕРАТУРА:

- World Trade Report (2013), Factors shaping the future of world trade, WTO, 2013, p. 45
- Aaby N.E., Slater S.F. (1989), "Management influences on export performance: a review of the empirical literature 1978-88", *International Marketing Review*, Vol. 6, No. 4, pp. 7-26
- Zou S., Stan S. (1998) "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997", *International Marketing Review*, Volume 15, Number 5, pp. 333-356
- Louter et al, Oouwerkirk C., Bakker B.A. (1991), "An inquiry into successful exporting", *European Journal of Marketing*, Vol. 25, Number 6
- Louter et al, Oouwerkirk C., Bakker B.A. (1991), "An inquiry into successful exporting", *European Journal of Marketing*, Vol. 25, Number 6
- Valos M., Baker M. (1996), "Developing an Australian model of export marketing performance determinants", *Marketing Intelligence & Planning*, Volume 14, Number 3, pp. 11-20
- Cavusgil S.T., Zou S. (1994), "Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures", *Journal of Marketing*, Volume 58, pp.1-21
- Valos M., Baker M. (1996), "Developing an Australian model of export marketing performance determinants", *Marketing Intelligence & Planning*, Volume 14, Number 3, pp. 11-20
- Yiğidim A., ve Köse N., (1997), "İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki, İthalatın Rolü: Türkiye Örneği (1980-1996)", *Ekonomik Yaklaşım*, Sayı: 8, 71-85
- Apaydın F., (2003), "Kriz Dönemlerinde İhracat Pazarlama Stratejileri", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Uzman H., (2002), "Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri ve Karton Ambalaj Üreticileri Sektöründe İnceleme", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kozlu C.M., (1995), *Uluslararası Pazarlama-Ölkeler ve Uygulamalar*, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genişletilmiş 5.Baskı
- Медведев П.М., Результаты эмпирического исследования влияния факторов на результаты экспорта российских предприятий, "Маркетинг в России и за рубежом", № 3, 2002
- Karabulut A.N. Küreselleşmenin ticari hayat üzerindeki etkileri, *Mevzuat Dergisi*, ISSN sayı: 76, Nisan, 2004
- Katsikeas C.S., Leonidou L.C., Morgan N.A., 2000. Firm-level export performance assessment: Review, evaluation and development. *Journal of the Academy of Marketing Science* 28 (4), 493-511
- Медведев П.М. Факторы эффективности экспорта российских предприятий. Маркетинг в России и за рубежом. 2001., № 5
- Зацаринин С.А. Развитие экспорта отечественной промышленной продукции. Вестник СГСЭУ. 2012. №2 (41)
- Медведев П.М. Факторы эффективности экспорта российских предприятий. Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 5
- Зацаринин С.А. Развитие экспорта отечественной промышленной продукции. Вестник СГСЭУ. 2012. №2 (41)
- Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2009
- "Azərbaycanın iqtisadi inkişaf modelləri", *İqtisadi Tədqiqatlar Mərkəzi*, Bakı, 2009, səh. 15

REFERENCE:

1. World Trade Report (2013), Factors shaping the future of world trade, WTO, 2013, p. 45
2. Aaby N.E., Slater S.F. (1989), "Management influences on export performance: a review of the empirical literature 1978-88", International Marketing Review, Vol. 6 No.4, pp. 7-26
3. Zou S., Stan S. (1998) "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997", International Marketing Review, Volume 15, Number 5, pp. 333-356
4. Louter et al, Oouwerkirk C., Bakker B.A. (1991), "An inquiry into successful exporting", European Journal of Marketing, Vol. 25, Number 6
5. Louter et al, Oouwerkirk C., Bakker B.A. (1991), "An inquiry into successful exporting", European Journal of Marketing, Vol. 25, Number 6
6. Valos M., Baker M. (1996), "Developing an Australian model of export marketing performance determinants", Marketing Intelligence & Planning, Volume 14, Number 3, pp. 11-20
7. Cavusgil S.T., Zou S. (1994), "Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures", Journal of Marketing, Volume 58, pp.1-21
8. Valos M., Baker M. (1996), "Developing an Australian model of export marketing performance determinants", Marketing Intelligence & Planning, Volume 14, Number 3, pp. 11-20
9. Yiğidim A., ve Köse N., (1997), "İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki, İthalatın Rolü: Türkiye Örneği (1980-1996)", Ekonomik Yaklaşım, Sayı: 8, 71-85
10. Apaydın F., (2003), "Kriz Dönemlerinde İhracat Pazarlama Stratejileri", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Uzman H., (2002), "Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri ve Karton Ambalaj Üreticileri Sektöründe İnceleme", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
12. Kozlu C.M., (1995), Uluslararası Pazarlama-Ölkeler ve Uygulamalar, Ankara: Türkiye İşBankası Kültür Yayınları, Genişletilmiş 5.Baskı
13. Medvedev P.M., Rezul'taty ehmpiricheskogo issledovaniya vliyaniya faktorov na rezul'taty ehksporta rossijskih predpriyatij, "Marketing v Rossii i za rubezhom", № 3, 2002
14. Karabulut A.N. Küreselleşmenin ticari hayat üzerindeki etkileri, Mevzuat Dergisi, ISSN sayı: 76, Nisan, 2004
15. Katsikeas C.S., Leonidou L.C., Morgan N.A., 2000. Firm-level export performance assessment: Review, evaluation and development. Journal of the Academy of Marketing Science 28 (4), 493-511
16. Medvedev P.M. Faktory ehffektivnosti ehksporta rossijskih predpriyatij. Marketing v Rossii i za rubezhom. 2001., № 5
17. Zaccarin S.A. Razvitie ehksporta otechestvennoj promyshlennoj produkci. Vestnik SGSEHU. 2012. № 2 (41)
18. Medvedev P.M. Faktory ehffektivnosti ehksporta rossijskih predpriyatij. Marketing v Rossii i za rubezhom. 2001. № 5
19. Zaccarin S.A. Razvitie ehksporta otechestvennoj promyshlennoj produkci. Vestnik SGSEHU. 2012. № 2 (41)
20. Klishevich N.B. Finansy organizacij: menedzhment i analiz: ucheb. posobie. M.: KNORUS, 2009
21. "Azərbaycanın iqtisadi inkişaf modelləri", İqtisadi Tədqiqatlar Mərkəzi, Bakı, 2009, səh. 15