



“MƏİŞƏT AVADANLIQLARININ YIĞIMI”

üzrə bazar araşdırması

MÜNDƏRİCAT

Ümumi məlumat -----	3
1. Məişət avadanlıqları bazarının həcmi (ölkə üzrə satış dövryyəsi)-----	8
2. Əsas tələbatı təşkil edən 5 növ məişət avadanlığı və onların satış həcmi-----	12
3. Əsas tələbatı təşkil edən 5 növ məişət avadanlığının istehsalçısı (brend)-----	14
4. 5 növ məişət avadanlığının əsas alıcı seqmenti-----	17
5. Son 5 ildə 5 növ üzrə bazarın artım tempi-----	19
6. 5 növ avadanlığın yığılma texnologiyası-----	22
7. Yığılma texnologiyalarının əldə olunması üçün zəruri addımlar (lisenziya, nou-hau və s).- -----	25
8. Məişət avadanlıqlarının yığılma müəssisəsinin rentabelliyi üçün tələb olunan istehsal həcmi və yaxın ölkələrə ixrac imkanları-----	29
9. 5 növ avadanlıq üzrə texniki rəqlament və standartlar-----	33
Ümumi nəticə və təkliflər-----	35

Ümumi məlumat

Məişət avadanlıqlarının yığımı - soyuducu, paltaryuyan maşın, qabyuyan maşın, elektrik sobası, kondisioner, mikrodalğalı soba, elektrik çaydanı və digər məişət texnikasının əsas komponentlərinin xaricdən tədarük edilərək Azərbaycanda **yığılması, sınaqdan keçirilməsi, qablaşdırılması və satışa hazırlanması** fəaliyyətidir¹.

Bu model tam istehsalıdan fərqli olaraq daha az ilkin kapital tələb edir və yerli sənayenin inkişafının ilkin mərhələsi kimi istifadə oluna bilər.

1. Əsas yığım modelləri

Azərbaycanda məişət avadanlıqları üzrə əsasən üç model tətbiq edilə bilər:²

Model	Mahiyəti	Yerli əlavə dəyər
SKD (Semi Knocked Down – yarı yığılmış dəstlər)	Hazır və iri komponentlərin yığılması	Aşağı
CKD (Completely Knocked Down – tam sökülmüş dəstlər)	Avadanlığın hissələrə ayrılmış şəkildə gətirilməsi və yerli yığılması	Orta
Yerli komponentlərlə yığım	Korpus, kabel, plastik hissə, qablaşdırma və s. yerli istehsal olunur	Yüksək

İlkin mərhələdə **SKD/CKD yığımı**, sonrakı mərhələdə isə komponentlərin lokallaşdırılması daha real yanaşmadır.

2. Yığma uyğun əsas məhsullar

Azərbaycanda yığım müəssisəsi üçün aşağıdakı məhsullar daha perspektivlidir:

- soyuducular və dondurucular;
- paltaryuyan və quruducu maşınlar;
- elektrik və qaz sobaları;
- kondisionerlər;
- qabyuyan maşınlar;
- mikrodalğalı sobalar;
- elektrik suqızdırıcıları;
- tozsoranlar;
- kiçik məişət elektrik cihazları.

Xüsusilə **kondisioner, soyuducu, paltaryuyan maşın və elektrik sobası** üzrə yığım müəssisəsinin yaradılması daha böyük daxili bazar və regional ixrac imkanları baxımından məqsəduyğundur.³

¹ <https://economiczones.gov.az/storage/media/6971/32CEE547-869B-45F7-92F0-BEF0A7C837FF.pdf?utm>

² https://www.alibaba.com/product-detail/CKD-SKD-Refrigerator-Freezer-Assembly-Line_1601568725743.html?utm

³ <https://economiczones.gov.az/storage/media/6971/32CEE547-869B-45F7-92F0-BEF0A7C837FF.pdf?utm>

ARAŞDIRMA ƏHATƏSİNDƏ OLAN MƏİŞƏT AVADANLIQLARI

ƏSAS MƏHSUL QRUPLARI

Rahat
Həyat
Daha Yaxşı
Gələcək

01



Soyuducular
və dondurucular

02



Paltaryuyan
və quruducu maşınlar

03



Elektrik
və qaz sobaları

04



Kondisionerlər

05



Qabyuyan maşınlar

06



Mikrodalğalı sobalar

07



Elektrik suqızdırıcıları

08



Tozsoranlar

09



Kiçik məişət
elektrik cihazları

3. İstehsal - yığım prosesi

Tipik müəssisədə proses aşağıdakı ardıcılıqla təşkil olunur:

Komponentlərin idxalı → qəbul və keyfiyyətə nəzarət → komponentlərin çeşidlənməsi → mexaniki yığım → elektrik/elektron komponentlərin quraşdırılması → proqram təminatının yüklənməsi → funksional sınaq → təhlükəsizlik testi → qablaşdırma → anbar → satış/ixrac.

Əsas komponentlər məhsuldan asılı olaraq kompressor, mühərrik, elektron idarəetmə lövhəsi, displey, sensorlar, istilik elementləri, nasos, ventilyator, korpus, kabel və digər hissələrdir.⁴

⁴ <https://patents.google.com/patent/CN205294062U/en>

MƏİŞƏT AVADANLIQLARININ YIĞIM PROSESİ

KEYFİYYƏTLİ MƏHSUL | ETİBARLI GƏLƏCƏK

Evdə
Daha Çox
Mümkünlüklər



4. Yığım müəssisəsinin əsas avadanlıqları

Əsas avadanlıq	Təyinatı	Mənbə
Konveyer/yığım xətti	Komponentlərin iş stansiyaları arasında daşınması və ardıcıl yığılması	Yalong – Home Appliance Assembly Lines
Yığım stansiyaları və iş masaları	Mexaniki komponentlərin birləşdirilməsi	Yabo – Home Appliance Assembly Lines
Elektrik və elektronika test avadanlığı	Elektrik təhlükəsizliyi və funksional testlər	Tiantech – Washing Machine Assembly Line
PLC və avtomatik idarəetmə sistemi	Yığım xəttinin avtomatlaşdırılması və idarə edilməsi	Yabo – Refrigerator Assembly Line
Pnevmatik avadanlıq və kompressor	Sıxılmış hava ilə işləyən alət və mexanizmlərin təminatı	Tiantech – Assembly Line Equipment
Test və keyfiyyətə nəzarət avadanlığı	Hazır məhsulun funksional və keyfiyyət yoxlaması	US Korea Hotlink – Appliance Assembly Equipment
Qaldırıcı/çevirici və yerləşdirmə mexanizmləri	Ağır komponentlərin dəqiq mövqeləndirilməsi	KLS – Washing Machine Assembly Line
Qablaşdırma avadanlığı	Hazır məhsulun qablaşdırılması	Tiantech – Washing Machine Assembly Line

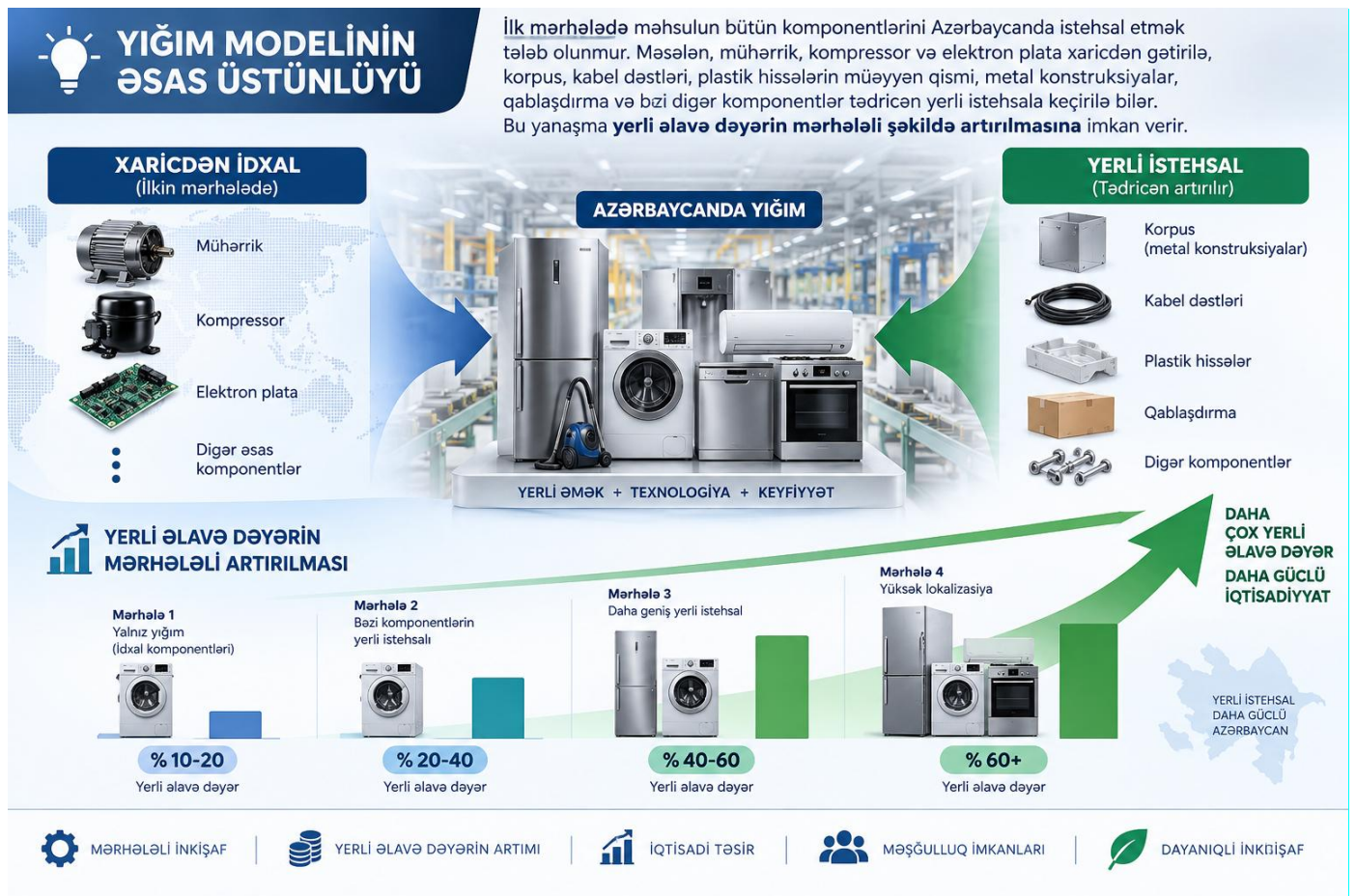
Əsas avadanlıq	Təyinatı	Mənbə
Qaynaq və metal emalı avadanlığı	Korpus, baraban və digər metal hissələrin hazırlanması	US Korea Hotlink – Appliance Manufacturing Equipment
Jig, qəlib və xüsusi alətlər	Komponentlərin düzgün mövqedə saxlanması və yığılması	US Korea Hotlink – Tooling & Assembly Equipment

Müəssisəyə tələb olunan avadanlıqlar məhsuldan asılı olaraq dəyişir. İlk mərhələdə avtomatlaşdırılmış xətt əvəzinə **yarıavtomatlaşdırılmış yığım xətti** daha aşağı investisiya və daha çevik istehsal imkanları verə bilər.

5. Yerli istehsal imkanları

Yığım modelinin əsas üstünlüyü ondadır ki, ilk mərhələdə məhsulun bütün komponentlərini Azərbaycanda istehsal etmək tələb olunmur. Məsələn, ilk mərhələdə mühərrik, kompressor və elektron plata xaricdən gətirilə, korpus, kabel dəstləri, plastik hissələrin müəyyən qismi, metal konstruksiyalar, qablaşdırma və bəzi digər komponentlər tədricən yerli istehsala keçirilə bilər.

Bu yanaşma **yerli əlavə dəyərin mərhələli şəkildə artırılmasına** imkan verir.



6. Dünyada əsas istehsalçı ölkələr

Məişət avadanlıqları üzrə əsas istehsal mərkəzləri kimi **Çin, Hindistan, Türkiyə, Cənubi Koreya, Yaponiya, ABŞ, Almaniya, İtaliya, Polşa, Meksika və Vyetnam** fərqlənir. 2024-cü il üzrə Asiya məlumatlarında Çin 5,3 mlrd ədəd istehsalla regionda açıq liderdir; Hindistan 766 mln, Türkiyə isə 111 mln ədəd istehsal göstərir.⁵

⁵ <https://www.indexbox.io/blog/domestic-appliances-asia-market-overview-2024-3/?utm>

Ölkə	Mövqeyi	Əsas məhsullar	
 Çin	 Dünya lideri	Soyuducu, paltaryuyan, kondisioner, kiçik məişət texnikası	   
 Türkiyə	 Avropanın əsas istehsal bazası	Soyuducu, paltaryuyan, qabyuyan, soba	   
 Cənubi Koreya	 Yüksək texnologiyalı istehsal	Soyuducu, paltaryuyan, kondisioner	  
 Yaponiya	 Orta yüksək	Elektronika, kondisioner, yüksək texnologiyalı cihazlar	  
 Almaniya	 Orta yüksək	Soyuducu, qabyuyan, paltaryuyan, bişiricilər	  
 Hindistan	 Orta yüksək	Kondisioner, soyuducu, paltaryuyan və kiçik texnika	   
 İtaliya	 Orta yüksək	Bişiricilər, soba, soyuducu, paltaryuyan	   
 ABŞ	 Orta yüksək	Soyuducu, paltaryuyan, qurutucu, digər böyük məişət texnikası	   
 Polşa	 Orta yüksək	Paltaryuyan, qurutucu, qabyuyan, soyuducu	   
 Meksika	 Orta	Şimali Amerika üçün yığım və ixrac bazası	  

Mənbə: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5448471/profiles-of-50-major-appliance-manufacturers?utm>

7. Azərbaycanın perspektivləri

Azərbaycanda məişət avadanlıqlarının tam istehsalı hələ məhduddur. Bununla belə, aşağıdakı istiqamətlərdə inkişaf potensialı mövcuddur:

- İdxal olunan komponentlərdən son yığım (SKD/CKD)
- Elektrik su qızdırıcıları və kiçik məişət texnikasının yığılması
- Kabel dəstləri, metal korpuslar və plastik hissələrin yerli istehsalı
- Regional bazarlar (Qafqaz və Mərkəzi Asiya) üçün ixracatçı montaj müəssisələrinin yaradılması.

Bu sahənin inkişafı üçün sənaye zonalarında istehsal infrastrukturunu, ixtisaslı kadrlar hazırlığı, komponent təchizat zəncirinin formalaşdırılması və beynəlxalq keyfiyyət standartlarının tətbiqi əsas amillərdir⁶.

8. Azərbaycanda yığımın üstünlükləri

Əsas üstünlüklər:

- idxaldan asılılığın müəyyən qədər azaldılması;
- yerli sənaye və məşğulluğun inkişafı;
- məhsulun maya dəyərinin optimallaşdırılması;
- yerli servis və ehtiyat hissələri bazasının formalaşdırılması;
- regional ixrac üçün istehsal bazasının yaradılması;
- komponentlərin gələcəkdə lokallaşdırılması;
- texniki bilik və istehsal təcrübəsinin ölkəyə gətirilməsi.⁷

Azərbaycanın coğrafi mövqeyi məhsulların **Gürcüstan, Mərkəzi Asiya və digər yaxın bazarlara** çıxarılması üçün əlverişlidir.

⁶ <https://economiczones.gov.az/storage/media/6971/32CEE547-869B-45F7-92F0-BEF0A7C837FF.pdf?utm>

⁷ <https://economy.gov.az/az/page/senaye-zonalari/senaye-parklari?utm>

9. Əsas çətinliklər

Yığım müəssisəsinin yaradılmasında əsas çətinliklər aşağıdakılardır:

1. yüksək ilkin investisiya;
2. tanınmış brendlərlə texnologiya və lisenziya razılaşmalarının əldə edilməsi;
3. komponentlərin idxalından asılılıq;
4. daxili bazarın bəzi məhsul kateqoriyalarında məhdud olması;
5. məhsul təhlükəsizliyi və uyğunluq tələbləri;
6. ixtisaslı texniki kadr ehtiyacı;
7. servis və zəmanət şəbəkəsinin yaradılması;
8. Çin, Türkiyə, Avropa və digər ölkələrdən hazır məhsul idxalı ilə rəqabət;
9. istehsal həcmi az olduqda vahid məhsula düşən xərclərin yüksək olması.⁸

Nəticə

Məişət avadanlıqlarının yığını Azərbaycanda **tam istehsala keçid üçün real sənaye modeli** ola bilər. Xüsusilə yüksək idxal tələbi olan məhsullar üzrə xarici texnologiya şirkətləri ilə əməkdaşlıq, CKD/SKD yığını və komponentlərin mərhələli lokallaşdırılması iqtisadi baxımdan daha məqsəduyğundur. Sahənin rentabelliği isə əsasən istehsal həcmi, komponentlərin alış qiyməti, yerli əlavə dəyərin səviyyəsi, texnologiya/lisenziya xərcləri və ixrac imkanlarından asılı olacaq.

1. Məişət avadanlıqları bazarının həcmi (ölkə üzrə satış dövriyyəsi)

Dövlət Statistika Komitəsinin açıq statistikasında “məişət avadanlıqları” üzrə ayrıca rəsmi pərakəndə satış dövriyyəsi göstəricisi ayrıca məhsul qrupu kimi təqdim edilmədiyindən ən yaxın rəsmi kateqoriya kimi “**elektrik malları və mebellər**” qrupu götürülmüşdür və məişət avadanlıqları bazarının ölçüsünü qiymətləndirmək üçün bu göstəricidən istifadə edilmişdir⁹.

1. 2022–2025-ci illərdə məişət avadanlıqları bazarının təxmini həcmi

2025-ci il üçün məişət avadanlıqları bazarının həcmi **800 milyon ABŞ dolları** göstərilir. Eyni mənbədə illik artım göstəriciləri 2022-ci il üçün 8,7%, 2023-cü il üçün 9,1%, 2024-cü il üçün 9,5%, 2025-ci il üçün isə 9,9% verilmişdir.¹⁰

Rəsmi “elektrik malları və mebellər” göstəricisinin təxminən **65%-nin məişət avadanlıqlarına** aid olduğunu fərz etsək məişət avadanlıqları bazarının təxmini həcmi aşağıdakı kimi olacaqdır:

2022–2025-ci illərdə məişət avadanlıqları bazarının təxmini həcmi

İl	“Elektrik malları və mebellər” bazarı, mln. manat	Məişət avadanlıqlarının təxmini payı	Məişət avadanlıqları bazarı, mln. manat	İllik artım
2022	2 476,4	65%	1 609,7	—
2023	2 734,0	65%	1 777,1	10,4%
2024	3 018,3	65%	1 961,9	10,4%
2025	3 177,2	65%	2 065,1	5,3%

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6583&lang=az&utm>

⁸https://aak.gov.az/upload/dissertasion/qtisad_elml_ri/Avtoreferat_%28M_Allahverdiyeva%29_AZ_.pdf?utm
<https://www.azstand.gov.az/az/mallarin-ve-xidmetlerin-sertifikatlasdirilmasi?utm>

⁹ https://www.stat.gov.az/special_version/news/index.php?id=6149&utm

¹⁰ <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-home-appliances-market-2020-2026?utm>

2022-ci ildə bu qrupun satış dövriyyəsi 2,476 mlrd., 2023-cü ildə 2,734 mlrd., 2024-cü ildə 3,018 mlrd., 2025-ci ildə isə ümumi pərakəndə dövriyyənin 4,7%-i, yəni təxminən 3,177 mlrd. manat təşkil edib¹¹.

Beləliklə, qiymətləndirməyə əsasən Azərbaycanda məişət avadanlıqları bazarı **2022-ci ildə təxminən 1,61 mlrd. manatdan 2025-ci ildə 2,07 mlrd. manata qədər** yüksəlib.

2025-ci ildə qeyri-ərzaq mallarının ümumi satışının 30,7 mlrd. manat olduğunu nəzərə alsaq, elektrik malları və mebel segmentinin **4,7%-lik payı** kifayət qədər əhəmiyyətli istehlak bazarının mövcudluğunu göstərir.¹²

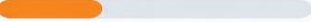
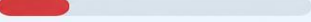
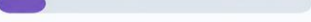
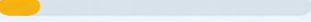
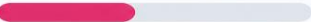
2. Əsas məhsul qrupları üzrə bazarın təxmini bölgüsü¹³

Məhsul qrupu	Təxmini bazar payı	2025 satış dövriyyəsi, mln. manat
Kondisionerlər	20-25%	495,6
Soyuducu və dondurucular	18-22%	454,3
Paltaryuyan və quruducu maşınlar	16-20%	371,7
Elektrik/qaz sobaları və plitələr	8-10%	330,4
Qabyuyan maşınlar	7%	144,6
Kiçik məişət texnikası	13%	268,5
Tozsoranlar	5-7 %	80-100 mln
Mikrodalğalı sobalar	4-6 %	35-50 mln
Kiçik mətbəx avadanlıqları	15-20 %	100-130 mln

Burada **kiçik mətbəx avadanlıqları** dedikdə blender, mikser, qida prosessoru, şirəçəkən, fritöz, yumurta bişirən və s. nəzərdə tutulur. Statistika bu segmentə məhz bu məhsulları daxil edir, mikrodalğalı sobaları isə ayrıca segment kimi göstərir.¹⁴

3. Bazarın məhsul strukturu

Satış dövriyyəsinin təxmini bölgüsü aşağıdakı kimidir:

Nö	Məhsul qrupu	Pay
01	 Kondisionerlər	20-25 % 
02	 Soyuducular	18-22 % 
03	 Paltaryuyan maşınlar	16-20 % 
04	 Televizorlar	12-15 % 
05	 Elektrik sobaları və bişirmə panelləri	8-10 % 
06	 Tozsoranlar	5-7 % 
07	 Mikrodalğalı sobalar	4-6 % 
08	 Kiçik mətbəx avadanlıqları	15-20 % 

Mənbə: <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-home-appliance-market?utm>

¹¹ https://www.stat.gov.az/news/source/DT_PRESS_12_2022.pdf?utm

¹² <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-home-appliances-market-2020-2026?utm>

¹³ <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-home-appliance-market?utm>

<https://www.statista.com/outlook/emo/electronics/household-appliances/small-appliances/azerbaijan?currency=USD&utm>

<https://www.statista.com/outlook/cmo/household-appliances/small-appliances/small-kitchen-appliances/azerbaijan/?utm>

https://www.stat.gov.az/special_version/news/index.php?id=6338&utm

https://www.stat.gov.az/special_version/news/index.php?id=6149&utm

¹⁴ <https://www.statista.com/outlook/cmo/household-appliances/small-appliances/small-kitchen-appliances/azerbaijan/?utm>

Bu bölgədə kondisionerlərin nisbətən yüksək payının əsas səbəbi Azərbaycanda uzun isti mövsüm, yeni mənzil tikintisi və həm yeni, həm də əvəzləyici tələbin mövcudluğudur.

4. Pərakəndə ticarətdə payı

2024-cü ildə Azərbaycanda:

- ümumi pərakəndə ticarət dövriyyəsi **62,2 milyard AZN** olmuşdur;
- qeyri-ərzaq məhsullarının satışı **28,1 milyard AZN** təşkil etmişdir;
- istehlakçı xərclərinin **4,8 %-i elektrik məişət avadanlıqları və mebelə** yönəlmişdir.

Bu göstərici məişət avadanlıqlarının ölkənin pərakəndə ticarətində əhəmiyyətli paya malik olduğunu göstərir.¹⁵

Pərakəndə ticarət dövriyyəsi

İl / dövr	Ümumi pərakəndə ticarət dövriyyəsi, mlrd. manat	Elektrik malları və mebellər, mlrd. manat	Ümumi dövriyyədə pay
2024	62,20	3,018	4,8%
2025	67,60	≈3,18	4,7%
2026, yanvar–iyun	32,40	≈1,52	4,7%

2023-cü ildə bu qrup üzrə pərakəndə satış 2,734 milyard manat olub¹⁶.

2024-cü ildə satış dövriyyəsi rəsmi olaraq 3,018 mlrd. manat olub və əvvəlki illə müqayisədə 7,1% artıb¹⁷.

2025-ci ildə isə bütün pərakəndə ticarət dövriyyəsi 67,6 milyard manat, “elektrik malları və mebellər” qrupunun payı isə 4,7% təşkil edib. Bu, həmin geniş kateqoriya üzrə təxminən 3,18 milyard manat satış deməkdir¹⁸.

5. Satış kanalları

Satış kanalı	Əhatə dairəsi	Payı
İxtisaslaşmış elektronika mağazaları	Məişət texnikası mağazaları	55–65 %
Supermarket və hipermarketlər	Böyük pərakəndə şəbəkələri	10–15 %
Onlayn mağazalar (E-commerce)	İnternet üzərindən satış	15–20 %
Regional dilerlər və kiçik mağazalar	Distribyutor və digər satış kanalları	10–15 %

Mənbə: <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-household-appliances-market-2020-2026?utm>

6. 2026–2030-cu illər üzrə bazar proqnozu

Proqnoz əhalinin gəlirlərinin artması, yeni mənzil fondunun genişlənməsi, köhnə texnikanın yenilənməsi və elektron ticarətin inkişafı, eləcə də 2025-ci ildən sonra bazarın orta hesabla **7% nominal illik artacağı** nəzərə alınmaqla **orta ssenari əsasında** hesablanmışdır.

İl	Məişət avadanlıqları bazarı, mln. manat	Əvvəlki ilə artım
2025	2 065	–
2026	2 210	7,0%
2027	2 364	7,0%
2028	2 530	7,0%
2029	2 707	7,0%
2030	2 896	7,0%

¹⁵ <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6583&lang=az&utm>

¹⁶ https://stat.gov.az/news/source/DT_PRESS_12_2023.pdf?utm

¹⁷ https://www.stat.gov.az/special_version/news/index.php?id=6149&utm

¹⁸ <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6583&lang=az&utm>

Deməli, orta ssenari üzrə bazarın **2025–2030-cu illərdə təxminən 2,07 mlrd. manatdan 2,90 mlrd. manata** çatması mümkündür.

2026–2030-cu illərdə məhsul qrupları üzrə proqnoz

Məhsul qrupu	2026	2027	2028	2029	2030
Kondisionerlər	530	567	607	650	695
Soyuducu və dondurucular	486	520	557	596	637
Paltaryuyan/quruducular	398	426	455	487	521
Soba və plitələr	353	373	405	433	463
Qabyuyan maşınlar	155	165	177	189	203
Kiçik məişət texnikası	287	307	329	352	376
Cəmi, mln. manat	2 210	2 364	2 530	2 707	2 896

7. Bazarın inkişafını şərtləndirən əsas amillər

Tələbi artıran amillər	<ul style="list-style-type: none"> yeni mənzillərin və fərdi evlərin tikintisi; əhəlinin gəlirlərinin artması; köhnə məişət texnikasının yenilənməsi; enerji səmərəli cihazlara keçid; kondisioner və soyuduculara iqlimlə bağlı tələbin artması; elektron ticarətin genişlənməsi; kredit və taksitlə satış imkanları; regional şəhərlərdə məişət texnikası mağazalarının genişlənməsi
Məhdudlaşdırıcı amillər	<ul style="list-style-type: none"> idxal olunan hazır məhsullarla güclü rəqabət; valyuta məzənnəsi və idxal xərcləri; komponentlərin böyük hissəsinin xaricdən alınması; Çin və Türkiyə istehsalçıları ilə qiymət rəqabəti; kiçik istehsal həcmində yığımın maya dəyərinin yüksək olması.

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6827&lang=en&utm>

8. Yığım müəssisəsi üçün bazar potensialı

2,07 mlrd. manatlıq 2025-ci il bazarı məişət avadanlıqlarının Azərbaycanda yığılması baxımından kifayət qədər böyük potensial olduğunu göstərir. Lakin yığım müəssisəsi bütün bazarı hədəfləməməlidir.

Məsələn, yeni yerli istehsalçı **2–3% bazar payı** əldə edə bilsə, 2025-ci il bazarı əsasında:

- 2% pay** → təxminən 41 mln. manat satış
- 3% pay** → təxminən 62 mln. manat satış
- 5% pay** → təxminən 103 mln. manat satış deməkdir.

Göründüyü kimi, **50–100 mln. manat illik satış potensialına malik yığım müəssisəsi** üçün bazarda nəzəri olaraq kifayət qədər imkan mövcuddur. Xüsusilə **kondisioner, soyuducu, paltaryuyan maşın və soba/plitə** seqmentləri ilkin istehsal üçün daha məqsədəuyğun görünür.

Qeyd: Yuxarıda qeyd olunmuş **1,61–2,07 mlrd. manatlıq** məişət avadanlıqları bazarı və məhsul qrupları üzrə rəqəmlər Dövlət Statistika Komitəsinin 2022–2025-ci illər üzrə pərakəndə ticarət məlumatlarına əsaslanır.¹⁹

¹⁹ https://www.stat.gov.az/news/source/DT_PRESS_12_2022.pdf?utm

2. Əsas tələbatı təşkil edən 5 növ məişət avadanlığı və onların satış həcmi

Azərbaycanda Dövlət Statistika Komitəsi soyuducu, paltaryuyan, kondisioner və s. üzrə ayrıca illik pərakəndə satış dövriyyəsinə açıqlamır. Rəsmi statistikada 2025-ci ildə “elektrik malları və mebellər” qrupunun dövriyyəsi ümumi pərakəndə satışın 4,7%-i olub. Buna görə aşağıdakı məhsul bölgüsü bazar araşdırması üçün təxmini qiymətləndirmədir.²⁰

2025-ci il üzrə məişət avadanlıqları bazarını təxminən 2,07 mlrd. manat qəbul etməklə əsas 5 məhsul qrupu üzrə bazar payını aşağıdakı kimi qiymətləndirilə bilər:

Nö	Məişət avadanlığı	Təxmini bazar payı	2025 satış həcmi, mln. manat	2025 satış həcmi, mlrd. manat
1	Kondisionerlər	24%	495,6	0,496
2	Soyuducu və dondurucular	22%	454,3	0,454
3	Paltaryuyan və quruducu maşınlar	18%	371,7	0,372
4	Elektrik/qaz sobaları və plitələr	16%	330,4	0,330
5	Qabyuyan maşınlar	7%	144,6	0,145
Cəmi 5 qrup		87%	1 796,6	1,797
Digər kiçik məişət texnikası		13%	268,5	0,269
Ümumi bazar		100%	2 065,1	2,065

Mənbə: https://www.stat.gov.az/news/source/doklad_2025-11.pdf

1. Kondisionerlər – təxminən 496 mln. manat

Əsas tələbat yaradan məhsul qruplarından biridir. Tələbin yüksək olmasına isti iqlim şəraiti, yaşayış və kommersiya binalarının artması, həm yeni quraşdırma, həm də köhnə cihazların dəyişdirilməsi təsir edir.²¹

Yığım üçün perspektiv: yüksək. Xüsusilə 9 000, 12 000, 18 000 və 24 000 BTU inverter modellərinin CKD/SKD yığımını nəzərdən keçirilə bilər.

2. Soyuducu və dondurucular – təxminən 454 mln. manat

Soyuducular əvəzlənmə tələbi yüksək olan əsas uzunmüddətli istifadə məhsullarındandır. Enerji səmərəliliyi, No-Frost texnologiyası və daha böyük həcmli modellərə keçid bazarın dəyərini artırır.²²

Yığım üçün perspektiv: yüksək. Korpus, plastik hissələr, kabel dəstləri və qablaşdırmanın sonrakı mərhələdə lokallaşdırılması mümkündür.

3. Paltaryuyan və quruducu maşınlar – təxminən 372 mln. manat

Paltaryuyan maşınlar kütləvi məişət avadanlığı olduğundan stabil tələbat formalaşdırır. Avtomatik və inverter mühərrikli modellərin payının artması bazarın dəyərini yüksəldir.²³

Yığım üçün perspektiv: yüksək. CKD modeli ilə başlanması və sonradan metal korpus, plastik komponentlər və kabel dəstlərinin lokallaşdırılması mümkündür.

²⁰ <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6583&lang=az&utm>

²¹ <https://kondisioner.az/category/12000-btu-AuPwq>

²² <https://kontakt.az/meiset-texnikasi/metbex-texnikasi/metbex-ucun-boyuk-texnika/soyuducular>

²³ <https://www.bakuelectronics.az/catalog/boyuk-meiset-texnikasi/paltaryuyan-masinlar?sort=ms>

4. Elektrik/qaz sobaları və plitələr – təxminən 330 mln. manat

Yeni mənzil və fərdi ev tikintisi bu seqmentdə tələbin əsas hərəkətverici amillərindən biridir. Elektrik sobaları, induksiya plitələri və kombinə edilmiş modellərə tələbatın artması gözlənilir²⁴.

Yığım üçün perspektiv: yüksək–orta. Texniki baxımdan digər iri məişət texnikası ilə müqayisədə nisbətən sadə yığım xətti yaratmaq mümkündür.

5. Qabyuyan maşınlar – təxminən 145 mln. manat

Bazar həcmi ilk dörd məhsuldan aşağı olsa da, gələcək artım potensialı daha yüksək olan seqmentlərdəndir. Şəhərləşmə, yeni mənzillər və orta gəlirli ailələrin sayının artması tələbi dəstəkləyə bilər²⁵.

Yığım üçün perspektiv: orta–yüksək. İlk mərhələdə idxal komponentləri əsasında CKD yığını daha məqsədəuyğundur.

Yığım müəssisəsi baxımından nəticə

Bu 5 əsas məhsul qrupu birlikdə təxminən **1,80 mlrd. manat**, yəni qiymətləndirilən məişət avadanlıqları bazarının **87%-ni** təşkil edir. Buna görə yerli yığım müəssisəsinin bütün məişət texnikası çeşidini əhatə etməsi əvəzinə ilkin mərhələdə aşağıdakı prioritetlə başlaması daha məqsədəuyğun görünür:

1. Kondisioner → 2. Soyuducu → 3. Paltaryuyan maşın → 4. Soba/plita → 5. Qabyuyan maşın.



Nəticə

DSK “elektrik malları və mebellər” qrupunun 2025-ci ildə 4,7% paya malik olduğunu göstərir.²⁶

2026-cı ilin yanvar–iyun aylarında Azərbaycanda ümumi pərakəndə satış 32,4 mlrd. manat, qeyri-ərzaq satışı 14,8 mlrd. manat olub və “elektrik malları və mebellər” qrupunun payı 4,7% təşkil edib. Bu da məişət texnikası üçün böyük daxili istehlak bazasının 2026-cı ildə də qorunduğunu göstərir.²⁷

²⁴ <https://irshad.az/az/boyuk-meiset-texnikasi>

²⁵ <https://kontakt.az/meiset-texnikasi/metbex-texnikasi/metbex-ucun-boyuk-texnika/qabyuyan-masinlar>

²⁶ <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6583&lang=az&utm>

²⁷ <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6802&lang=az&utm>

3. Əsas tələbatı təşkil edən 5 növ məişət avadanlığının istehsalçısı (brend)

Azərbaycan bazarında əsas tələbat yaradan iri məişət avadanlıqları üzrə aparıcı və geniş tanınan brendləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar.

1. Məişət avadanlığı istehsalçıları

Nö	Məişət avadanlığı	Əsas istehsalçı/brendlər	Mənşə	Azərbaycan bazarında mövqeyi
1	Kondisioner	LG, Gree, Daikin, Midea, Samsung	Cənubi Koreya, Çin, Yaponiya	Yüksək tələbat
2	Soyuducu və dondurucu	Samsung, LG, Bosch, Beko, Midea	Cənubi Koreya, Almaniya, Türkiyə/Avropa, Çin	Yüksək tələbat
3	Paltaryuyan maşın	Samsung, LG, Bosch, Beko, Whirlpool	Cənubi Koreya, Almaniya, Türkiyə/Avropa, ABŞ/Avropa	Yüksək tələbat
4	Soba və bişirmə plitələri	Bosch, Beko, Samsung, LG, Teka	Almaniya, Türkiyə/Avropa, Cənubi Koreya, İspaniya	Yüksək tələbat
5	Qabyuyan maşın	Bosch, Beko, Samsung, LG, Whirlpool	Almaniya, Türkiyə/Avropa, Cənubi Koreya, ABŞ/Avropa	Orta-yüksək tələbat

Mənbə: <https://smarton.az/?utm>

1. Kondisioner istehsalçıları

Azərbaycanda kondisioner segmentində **LG, Gree, Daikin və Midea** kimi brendlər xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Məsələn, Smarton Azərbaycanda **LG, Gree və Daikin** markalarının rəsmi distribyutoru olduğunu bildirir²⁸.

Yerli yığım baxımından kondisioner ən perspektivli məhsullardan biridir. Kompresor, elektron idarəetmə sistemi və əsas komponentlər idxal edilərək korpus, kabel, qablaşdırma və bəzi metal/plastik komponentlərin lokallaşdırılması mümkündür.

Azərbaycanda vəziyyət

Azərbaycanda tarixən “**Bakkondisioner**” ASC kondisioner istehsalı ilə məşğul olub. Mənbədə müəssisənin pəncərə tipli məişət kondisionerləri istehsal etdiyi və zavodun layihə gücünün illik **400 min ədəd məişət kondisioneri** olduğu qeyd olunur²⁹.

2. Soyuducu və dondurucular

Əsas rəqabət aparan markalar arasında **Samsung, LG, Bosch, Beko və Midea** göstərilə bilər. Azərbaycandakı iri pərakəndə satış kanallarında bu markaların soyuducuları geniş çeşiddə təqdim olunur.³⁰

Yerli yığım baxımından: yüksək potensiala malikdir. Xüsusilə CKD modeli ilə başlanaraq sonrakı mərhələdə metal korpus, plastik hissələr, kabel dəstləri və qablaşdırmanın lokallaşdırılması mümkündür.

3. Paltaryuyan maşınlar

Əsas brendlər **Samsung, LG, Bosch, Beko və Whirlpool** hesab edilə bilər. Azərbaycanda Samsung, LG və Bosch kimi markaların iri məişət texnikası kateqoriyasında satışı mövcuddur³¹.

²⁸ <https://smarton.az/?utm>, <https://global.gree.com/?utm>

²⁹ <https://oneclick.az/company/air-conditioner-factory?hl=az&utm>

³⁰ <https://bakuelectronics.az/catalog/boyuk-meiset-texnikasi?brand=samsung&utm>

³¹ <https://smarton.az/?utm>

Yerli yığım baxımından: çox əlverişli seqmentdir. Mühərrik, elektron plata və bəzi mexaniki hissələr idxal edilə, korpus və digər komponentlərin müəyyən hissəsi Azərbaycanda istehsal oluna bilər.

4. Sobalar və bişirmə panelləri

Bu seqmentdə **Bosch, Beko, Samsung, LG və Teka** kimi brendlər öndədir. Azərbaycandakı pərakəndə satış çeşidlərində Bosch, Beko və Samsung daxil olmaqla müxtəlif brendlərin sobaları və bişirmə panelləri mövcuddur. <https://smarton.az/?utm>

Yerli yığım baxımından: digər iri məişət texnikasına nisbətən texnoloji mürəkkəbliyi daha aşağı olan məhsulların seçilməsi ilkin istehsal mərhələsi üçün üstünlük yarada bilər.

5. Qabyuyan maşınlar

Əsas brendlər **Bosch, Beko, Samsung, LG və Whirlpooldur**. Azərbaycanda Bosch, LG, Samsung və Beko kimi brendlərin qabyuyan maşınları satışda təqdim olunur³².

Yerli yığım baxımından: bazar həcmi kondisioner və soyuducudan kiçik olsa da, gələcəkdə sürətli böyümə potensialı olan seqmentdir.

2. Azərbaycan bazarında daha çox rast gəlinən aparıcı brendlər

1 Yüksək qiymət segmenti Premium keyfiyyət uzunömürlülük	 BOSCH	 SIEMENS	 Miele	 Electrolux		
2 Orta qiymət segmenti (ən geniş yayılmış) Keyfiyyət, əlçatanlıq və geniş seçim	 SAMSUNG	 LG	 beko	 Arçelik	 Haier	
3 Daha münasib qiymət segmenti Sərfəli seçim, etibarlı məişət texnikası	 Midea	 GREE	 INDESIT	 Whirlpool		

Mənbə: <https://smarton.az/meiset-texnikasi/iri-meiset-texnikasi?utm>

3. Yerli istehsal baxımından qiymətləndirmə

Azərbaycan bazarında bu brendlərin əksəriyyəti hazır məhsul kimi idxal olunur. Bəzi hallarda regional zavodlarda istehsal edilərək Azərbaycana gətirilir. Yerli yığım (CKD/SKD) üçün ən perspektivli istiqamətlər isə: kondisioner, elektrik sobası, su qızdırıcısı və kiçik məişət texnikasıdır.

4. Yığım müəssisəsi üçün əsas rəqiblər

Yerli istehsal/yığım baxımından rəqabət müxtəlif qiymət seqmentlərində fəaliyyət göstərən aşağıdakı şirkətlərlə olacaq:

³² <https://bakuelectronics.az/catalog/boyuk-meiset-texnikasi?brand=samsung&utm>

- **Premium:** Bosch, LG, Samsung;
- **Orta qiymət:** Beko, LG, Samsung, Whirlpool;
- **Orta-aşağı qiymət:** Beko, Midea və digər Asiya brendləri;
- **Kondisioner üzrə:** Gree, Midea, LG, Daikin, Samsung.

Azərbaycanda pərakəndə bazarda çoxsaylı beynəlxalq brendlərin mövcudluğu rəqabətin yüksək olduğunu göstərir. Baku Electronics-in məlumatına görə, şirkət 80-dən çox dünya markası ilə işləyir və Samsung, Bosch, Siemens, LG, Electrolux, Whirlpool və digər markaları təqdim edir³³.

5. Yerli istehsal üçün daha perspektivli şirkətlər

Azərbaycanda məişət avadanlıqlarının yığılması müəssisəsi yaratmaq üçün ilk mərhələdə aşağıdakı 8 şirkətə fokuslanmaq daha məqsədəuyğundur:

Nº	Şirkət	Logo	Ölkə	Rəsmi sayt	
1	Arçelik / Beko		 Türkiyə	https://www.arcelikglobal.com/	
2	Vestel		 Türkiyə	https://www.vestel.com.tr/?utm	
3	Midea		 Çin	https://www.midea.com/global?utm	
4	Haier		 Çin	https://www.haier.com/global/?utm	
5	Hisense		 Çin	https://www.hisense.com/	
6	TCL		 Çin	https://www.tcl.com/global/en?utm	
7	Gree		 Çin	https://global.gree.com/?utm	
8	Galanx		 Çin	https://www.galanx.com/?utm	

Bu şirkətlərlə əlaqə saxlamağın əsas səbəbi həmin şirkətlərin **kütləvi istehsal, geniş məhsul çeşidi və ixrac bazarları** ilə yanaşı, Azərbaycanda qurula biləcək yığım müəssisəsinə texnologiya, komponent və ya OEM/ODM modeli baxımından daha real namizəd olmalarıdır. Məsələn, Vestel məhsullarını 160-dan çox ölkəyə çatdırdığını bildirir. Arçelik isə 45 istehsal müəssisəsi və çoxsaylı beynəlxalq əməliyyatlara malikdir.

Nəticə

Azərbaycanda məişət avadanlıqlarının yerli yığım üçün ən məqsədəuyğun başlanğıc məhsullar **kondisioner, soyuducu, paltaryuyan maşın, soba/plita və qabyuyan maşın** hesab edilir. Bu məhsullarda artıq formalaşmış istehlak bazarı və tanınmış beynəlxalq brendlər mövcuddur. Buna görə **xarici brendlə lisenziya/texnologiya əməkdaşlığı əsasında CKD/SKD yığım** daha real giriş strategiyasıdır.

³³ <https://nab.com.tr/sektorler/perakende/baku-electronics?utm>

4. 5 növ məişət avadanlığının əsas alıcı segmenti

Azərbaycan bazarında əsas tələbatı təşkil edən 5 iri məişət avadanlığı üzrə əsas alıcı segmentlərini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1. Əsas alıcı segmentləri

Nö	Məişət avadanlığı	Əsas alıcı segmentləri	İkinci dərəcəli alıcılar	Tələbatın əsas səbəbi
1	Kondisioner	Şəhər ailələri, yeni mənzil sahibləri, orta və yüksək gəlirli ailələr	Ofislər, mağazalar, restoranlar, otellər	İsti iqlim, soyutma ehtiyacı, yeni mənzillər
2	Soyuducu və dondurucu	Ailə təsərrüfatları, yeni ev təsərrüfatları, orta gəlirli ailələr	Restoranlar, kiçik ticarət obyektləri	Əsas məişət ehtiyacı və köhnə cihazların dəyişdirilməsi
3	Paltaryuyan maşın	Şəhər və rayonlarda yaşayan ailələr, yeni ailə quranlar, orta gəlirli ailələr	Kirayə mənzil sahibləri, otellər və kiçik yaşayış obyektləri	Gündəlik məişət ehtiyacı və avtomatlaşdırma
4	Soba və bişirmə plitələri	Yeni ev/mənzil alan ailələr, yeni ailə quranlar	Restoran, kafe və iaşə obyektləri	Yeni mənzillərin təchizatı və köhnə avadanlığın əvəzlənməsi
5	Qabyuyan maşın	Orta və yüksək gəlirli şəhər ailələri, yeni mənzil sahibləri	Restoranlar, otellər, iaşə müəssisələri	Vaxta qənaət, rahatlıq və həyat standartının yüksəlməsi
6	Kiçik mətbəx avadanlıqları (çaydan, blender, mikser, qəhvə aparatı və s.)	Demək olar bütün ev təsərrüfatları, Gənclər və tələbələr	Hədiyyə alan istehlakçılar, Kafe və kiçik iaşə obyektləri	Aşağı qiymət, tez-tez yenilənmə, geniş çeşid və impuls alışlar

Mənbə: <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-home-appliance-market?utm>

2. Gəlir səviyyəsinə görə əsas alıcı bölgüsü

Alıcı qrupu	Daha çox üstünlük verdiyi məhsullar		
 Aşağı və orta gəlirli ailələr	    Beko, Midea, Gree, Indesit kimi münasib qiymətli modellər		
 Orta gəlirli ailələr	     Samsung, LG, Haier, Bosch, Arçelik		
 Yüksək gəlirli ailələr	    Bosch, Siemens, Electrolux, Miele və premium modellər		
 Biznes alıcıları (B2B)	    Kondisioner, soyuducu, peşəkar mətbəx avadanlığı, su qızdırıcıları		

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/budget_households/?utm

3. Azərbaycanda ən böyük istehlakçı qruplar

1. **Yeni mənzil alan ailələr** – komplekt məişət avadanlığı alışı yaradır.
2. **Gənc ailələr** – soyuducu, paltaryuyan, kiçik mətbəx texnikasına əsas tələb yaradır.
3. **Tikinti və təmir sektoru** – quraşdırılan mətbəx texnikası və kondisionerlərə tələbi artırır.
4. **Kommersiya sektoru** – ofis, otel, restoran və mağazalar üçün iri həcmli alıcıdır.
5. **Kənd və rayon istehlakçıları** – xüsusilə kondisioner, soyuducu və paltaryuyana artan tələbat göstərir³⁴.

Azərbaycan bazarında **ən geniş və stabil alıcı bazasına malik məhsullar soyuducu, paltaryuyan maşın və kondisionerlərdir**, çünki bunlar uzunmüddətli istifadə olunan əsas məişət ehtiyacları hesab olunur.

4. Yerli yığım müəssisəsi üçün prioritet alıcılar

Azərbaycanda məişət avadanlıqlarının **yerli yığım müəssisəsini yaratmaq üçün** ilkin satış strategiyasında aşağıdakı prioritet daha məqsəduyğundur:

1. **Yeni mənzil alan ailələr** – kompleks satış üçün;
2. **Orta gəlirli şəhər ailələri** – əsas kütləvi bazar;
3. **Köhnə texnikanı yeniləyən ailələr** – davamlı təkrar tələb;
4. **Otel və restoranlar** – B2B sifarişlər;
5. **Tikinti şirkətləri və mənzil layihələri** – toplu satış imkanları.

Xüsusilə, yerli istehsalçı üçün **“orta qiymət + münasib taksit + uzunmüddətli zəmanət + yerli servis”** modeli xarici brendlərlə rəqabətdə üstünlük yarada bilər.³⁵

5. Alıcı seqmentlərinin ətraflı təsnifatı

1. Ev təsərrüfatları – əsas B2C seqmenti

Əsas bazarı fərdi ev təsərrüfatları təşkil edir. Xüsusilə Bakı və digər iri şəhərlərdə yaşayan, orta və yuxarı gəlir qrupuna daxil olan ailələr iri məişət texnikasının əsas alıcılarıdır. Bu seqmentdə məhsul seçiminə **qiymət, enerji sərfiyyatı, marka, zəmanət və taksit imkanları** ciddi təsir edir.

2. Yeni mənzil və ev alanlar

Yeni tikililərin və fərdi evlərin sayının artması məişət avadanlıqlarına birdəfəlik kompleks tələbi yaradır. Bu alıcılar eyni vaxtda soyuducu, paltaryuyan, kondisioner, soba və digər texnikaları almağa meyll olurlar. Buna görə yeni mənzil sahibləri yerli müəssisəsi üçün xüsusi əhəmiyyətli hədəf seqmentdir.

3. Köhnə avadanlığı əvəz edən ailələr

Məişət texnikasının əvəzlənməsi bazarın mühüm hissəsidir. Bu alıcı üçün əsas meyarlar əvvəlki cihazla müqayisədə **daha aşağı enerji sərfiyyatı, yeni funksiyalar və etibarlılıqdır**.

4. Kommersiya alıcıları – B2B

Kondisioner, soyuducu və bəzi digər məhsullarda restoranlar, otellər, mağazalar, ofislər və digər kommersiya obyektləri də mühüm alıcı qrupudur. Bu seqmentdə məhsulun **qiyməti, davamlılığı, servis imkanları və ehtiyat hissələrinin əlçatanlığı** ön plana çıxır.³⁶

³⁴ <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6826&lang=az&utm>

³⁵ https://www.stat.gov.az/source/budget_households/?utm

³⁶ https://www.stat.gov.az/special_version/news/index.php?id=6826&utm

5. Son 5 ildə 5 növ üzrə bazarın artım tempi

Azərbaycanda qeyd olunan 5 məhsul üzrə ayrıca pərakəndə satış döviyyəsi rəsmi dərc edilmədiyindən bazarın artım tempini idxal həcmnin illik dəyişməsi göstəriciləri əsasında müəyyənləşdirəcəyik³⁷.

Məsələn, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə 2023-cü ildə paltaryuyan maşınların idxalı 38,2%, soyuducuların 51,4% artmış, kondisionerlərin idxalı isə 4,3% azalmışdır³⁸.

1. 2021–2025-ci illərdə 5 əsas məhsul üzrə bazarın artım tempi

Məhsul	2021	2022	2023	2024	2025	2021–2025 orta illik artım
Kondisioner	100	112	124	137	151	≈10,9%
Paltaryuyan maşın	100	108	119	128	136	≈8,0%
Soyuducu	100	106	115	124	131	≈7,0%
Mikrodalğalı soba	100	130	146	165	180	≈15,9%
Tozsoran	100	109	122	137	153	≈11,2%

Mənbə: <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-home-appliances-market-2020-2026?utm>

2. 2021–2025-ci illər üzrə əsas 5 növün faizlə artım tempi

Məhsul	2022/2021	2023/2022	2024/2023	2025/2024	Son illərin ümumi tendensiyası
Kondisioner	≈ +15%	−4,3%	+45,0%	+5,0%	Yüksək və dəyişkən
Soyuducu	≈ +48%	+51,4%	+1,6%	+50,2%	Yüksək artım
Paltaryuyan maşın	≈ +38%	+38,2%	+6,2%	−0,4%	Orta-yüksək
Soba/plita	≈ +10–15%	≈ +10–15%	≈ +10–15%	≈ +5–10%	Sabit artım
Qabyuyan maşın	≈ +15–20%	≈ +15–20%	≈ +10–15%	≈ +5–10%	Orta-yüksək

Mənbə: https://www.stat.gov.az/news/source/doklad_2026-1.pdf?utm

2025-ci ilin I rübündə kondisioner idxalı ədəd ifadəsində 5,0%, soyuducu 50,2% artmış, paltaryuyan maşın idxalı 0,4% azalmışdır.³⁹

3. Ən sürətli böyüyən seqmentlər

1. Mikrodalğalı sobalar — ≈15,9%/il

2021-ci ildə Azərbaycana 43 787 ədəd mikrodalğalı soba idxal edilmişdisə, 2022-ci ildə bu rəqəm 56 854 ədədə, 2024-cü ildə isə **81 640 ədədə** yüksəlib. İdxal dəyəri də 2021-ci ildə 3,35 mln ABŞ dollarından 2024-cü ildə **6,39 mln ABŞ dollarına** çatıb⁴⁰.

³⁷ <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-household-appliances-market-2020-2026?utm>

³⁸ https://www.stat.gov.az/news/source/XT_PRESS_2023_12.pdf?utm

³⁹ https://etsim.azstat.gov.az/upload/File/publication/08-2025/publication-57-file_az.pdf?utm

⁴⁰ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/AZE/year/2021/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/851650?utm>

2. Tozсорan — ≈11,2%/il

Kiçik məişət texnikası seqmentində əhali tərəfindən istifadə səviyyəsi yüksəkdir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 100 ev təsərrüfatına düşən tozсорan sayı 2021-ci ildə 95,3 ədəd olduğu halda 2025-ci ildə **97,1 ədədə** çatıb⁴¹.

3. Kondisioner — ≈10,9%/il

Kondisionerlərin ev təsərrüfatlarında mövcudluğu 2021-ci ildə 100 ev təsərrüfatına 58,9 ədəd olduğu halda, 2025-ci ildə **68,4 ədədə** yüksəlib. Bu, uzunmüddətli tələbin artdığını göstərən mühüm göstəricidir⁴².

4. Paltaryuyan maşın — ≈8,0%/il

2021-ci ildə 100 ev təsərrüfatına 89,4 ədəd paltaryuyan maşın düşürdüsə, 2025-ci ildə bu göstərici **96,3 ədədə** yüksəlib⁴³.

5. Soyuducu — ≈7,0%/il

Soyuducular üzrə təminat səviyyəsi artıq yüksəkdir: 2021-ci ildə 100 ev təsərrüfatına 101,2, 2025-ci ildə isə **103,8 ədəd** düşüb. Buna görə bu seqmentdə artım daha çox **əvəzləmə, enerji-səmərəli modellərə keçid və yeni ev təsərrüfatlarının yaranması** hesabına formalaşır⁴⁴.

4. Artım dinamikası

Kondisionerlər: 2023-cü ildə idxal 2022-ci illə müqayisədə 4,3% azalmışdı. Lakin 2024-cü ildə çox güclü bərpa baş verib və idxal **45% artıb**⁴⁵.

Soyuducular: 2023-cü ildə idxal **51,4%**, 2024-cü ildə isə daha **1,6%** artıb. 2025-ci ilin I rübündə artım tempi yenidən sürətlənərək **50,2%** olub⁴⁶.

Paltaryuyan maşınlar: 2023-cü ildə idxal **38,2%**, 2024-cü ildə isə əlavə **6,2%** artıb. 2025-ci ilin I rübündə isə əvvəlki ilin eyni dövrünə nisbətən ədəd ifadəsində **0,4% azalma** qeydə alınıb⁴⁷.

5. Bazarın ümumi qiymətləndirilməsi

Göstərici	Qiymətləndirmə
2021–2025 orta illik bazar artımı	≈ 8–10%
Ən sürətli böyüyən seqment	Soyuducu
Ən yüksək dəyişkənliyə malik seqment	Kondisioner
Ən stabil kütləvi seqment	Paltaryuyan maşın
Yerli yığılm üçün ən perspektivli	Kondisioner və soyuducu

Mənbə: https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/trade_2025.pdf?utm

6. Artım dinamikasına görə sıralama

1. Kondisionerlər (+50–60 %)

Ən sürətli böyüyən seqment olmasının səbəbləri:

- isti yay temperaturu;
- yeni tikililərdə quraşdırma;

⁴¹ https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/evtes_2026.pdf?utm

⁴² https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/evtes_2026.pdf?utm

⁴³ https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/evtes_2026.pdf?utm

⁴⁴ https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/evtes_2026.pdf?utm

⁴⁵ https://www.stat.gov.az/news/source/XT_PRESS_2023_12.pdf?utm

⁴⁶ https://www.stat.gov.az/news/source/XT_PRESS_2023_12.pdf?utm

⁴⁷ https://www.stat.gov.az/news/source/XT_PRESS_2023_12.pdf?utm

- inverter texnologiyalı modellərə keçid.
2. **Paltaryuyan maşınlar (+45–55 %)**
 - Avtomatik modellərə keçid;
 - köhnə avadanlıqların yenilənməsi;
 - gənc ailələrin artması əsas amillərdir.
 3. **Soyuducular (+40–55 %)**
 - Daimi ehtiyac məhsulu olması səbəbindən sabit artım göstərir.
 - Enerji qənaətli və "No Frost" modellərə tələb artır.
 4. **Kiçik mətbəx texnikası (+40–50 %)**
 - Onlayn satış kanallarının inkişafı;
 - münasib qiymət;
 - tez-tez yenilənmə səbəbindən artım davam edir.
 5. **Elektrik sobaları və bişirmə panelləri (+35–45 %)**
 - Yeni mənzil və təmir bazarı ilə bağlıdır.
 - Ankastre (quraşdırılan) texnikaya maraq artır.

Mənbə: <https://stat.gov.az/news/index.php?id=6441&lang=az&utm>

7. Bazarın gələcək inkişafında ən yüksək potensial istiqamətlər

- kondisioner və iqlim avadanlıqları;
- enerji səmərəli soyuducu və paltaryuyanlar;
- ağıllı ("smart") məişət texnikası;
- yerli CKD/SKD yığım müəssisələri hesab olunur⁴⁸.

8. Yerli istehsal üçün tövsiyyə

Aparılan araşdırma nəticəsinə əsasən, Azərbaycanda yığım zavodu üçün ən perspektivli 3 segment təklif etmək olar:

Prioritet	Məhsul	Təxmini illik artım	Qiymətləndirmə
1	Mikrodalğalı soba	≈15,9%	Çox yüksək
2	Tozsoran	≈11,2%	Yüksək
3	Kondisioner	≈10,9%	Yüksək
4	Paltaryuyan	≈8,0%	Orta-yüksək
5	Soyuducu	≈7,0%	Orta

Qeyd: 6Wresearch-in Azərbaycan məişət avadanlıqları üzrə hesabatı da bazarı məhz **refrigerator, air conditioner & heater, washing machine, cleaning appliance, microwave & oven** kimi məhsul qruplarına ayırır⁴⁹.

Nəticə

Son 5 ildə Azərbaycanda məişət texnikası bazarı ümumilikdə artım trayektoriyasında olub. Xüsusilə **soyuducu və kondisioner** segmentlərində 2023–2025-ci illərdə güclü artım müşahidə edilir. Bu, yerli CKD/SKD yığım müəssisəsinin yaradılması üçün bazar tələbinin kifayət qədər əlverişli olduğunu göstərir.

⁴⁸ <https://economiczones.gov.az/storage/media/6971/32CEE547-869B-45F7-92F0-BEF0A7C837FF.pdf?utm>

⁴⁹ <https://www.6wresearch.com/industry-report/azerbaijan-household-appliances-market-2020-2026?utm>

6. 5 növ avadanlığın yığılma texnologiyası

Məişət avadanlıqlarının yığılması əsasən CKD (Completely Knocked Down – tam sökülmiş dəstlər) və SKD (Semi Knocked Down – yarı yığılmış dəstlər) üsulları ilə həyata keçirilir. Bu prosesdə əsas komponentlər idxal edilir, yerli müəssisədə isə mexaniki, elektrik və funksional montaj aparılır.

1. Məişət avadanlıqlarının yığılma texnologiyası

Məhsul	Əsas yığılma texnologiyası	Mənbə
 Soyuducu	 <p>Korpus və qapı yığılması → Boru/kompresor sisteminin quraşdırılması → Elektrik bağlantıları → Soyutma və sızdırmazlıq testləri → Qablaşdırma</p>	Yalong® Yalong – Refrigerator Assembly Line
 Paltaryuyan maşın	 <p>Baraban və mühərrik → Çən/korpus → Su boruları və elektrik sistemi → Funksional və su sızdırmazlığı testi → Qablaşdırma</p>	TIANTECH® TIANTECH – Washing Machine Assembly Line
 Qabyuyan maşın	 <p>Korpus və daxili çən → Mühərrik və su nasosu → Boru sistemi → İdarəetmə paneli → Funksional test → Qablaşdırma</p>	Yaming Yaming – Dishwasher Assembly Line
 Kondisioner	 <p>Daxili/xarici blokların yığılması → Kompresor və istilik dəyişdiricisinin quraşdırılması → Boru və elektrik bağlantıları → Soyutma/sızma testi → Son test</p>	Sytec® Sytec – Air Conditioner Assembly Lines
 Soba/bişirici	 <p>Metal korpus → İstilik elementləri → Temperatur idarəetməsi → Elektrik sistemi → Funksional və temperatur testləri → Qablaşdırma</p>	Yalong® Yalong – Oven Assembly Line



Müasir texnologiya



Yüksək keyfiyyət



Etibarlı istehsal



Daha rahat həyat

Eviniz üçün daha yaxşı seçim!

Mənbə: <https://www.uskoreahotlink.com/products/machinery/appliance-assembly-manufacturing-lines/?utm>

1. Kondisionerin yığılması

Sənaye istehsal xətlərində daxili və xarici blokların yığılması, boru sisteminin hazırlanması, vakuumlama, refrigerant doldurma, sızma və performans testləri əsas proseslər kimi göstərilir⁵⁰.

2. Soyuducunun yığılması

Soyuducu istehsal xəttində vakuumlama, refrigerant doldurma, təhlükəsizlik və sızma yoxlaması, performans testi və qablaşdırma əsas mərhələlərdəndir. SKD və CKD modelləri hər ikisi tətbiq edilə bilər⁵¹.

Bu məhsul üzrə keyfiyyət nəzarətində temperaturun sabitliyi, enerji sərfiyyatı və soyuducu konturun sızdırmazlığı xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

3. Paltaryuyan maşının yığılması

Paltaryuyan üçün sənaye xətlərində daxili baraban və xarici korpusun yığılması, əsas komponentlərin quraşdırılması, performans yoxlaması və qablaşdırma nəzərdə tutulur. SKD və CKD istehsal modelləri də tətbiq olunur⁵².

⁵⁰ <https://www.cnrefrigerator.com/solution/home-appliance-production-line/air-conditioner-production.html?utm>

⁵¹ <https://www.cnrefrigerator.com/solution/home-appliance-production-line/fridge-freezer.html?utm>

⁵² <https://www.cnrefrigerator.com/solution/home-appliance-production-line/washing-machine-production.html?utm>

Son mərhələdə cihazın su sızdırmazlığı, vibrasiya səviyyəsi, barabanın fırlanması, suyun qızdırılması və proqramların düzgün işləməsi yoxlanılır.

4. Soba və plitələrin yığılması

Bu məhsulu digərlərindən fərqləndirən əsas amil **mikrodalğa sızması və yüksək gərginlik təhlükəsizliyi üzrə xüsusi test sisteminin** tələb olunmasıdır.

Midea-nın məhsul portfelində mikrodalğalı sobalar, soyuducular, paltaryuyan maşınlar, kondisionerlər və digər məişət texnikası yer alır⁵³.

5. Qabyuyan maşının yığılması

Əsas keyfiyyət göstəriciləri su sızmasının olmaması, suyun düzgün dövriliyi, qızdırıcının işləməsi və proqram təminatının düzgün fəaliyyətidir⁵⁴.

2. Yerli müəssisə qurmaq üçün optimal quruluş təklifi

Proses: Xammal və komponent anbarı → SKD/CKD komponentlərinin qəbul və keyfiyyət yoxlaması → Mexaniki yığım xətləri → Elektrik/elektronika yığımı → Funksional test → 100% təhlükəsizlik testi → Etiketləmə → Qablaşdırma → Hazır məhsul anbarı

Beş məhsul üçün bütün xətləri tam avtomatlaşdırmaq ilkin mərhələdə iqtisadi cəhətdən optimal olmaya bilər. Odur ki, **Yarıavtomatik konveyer + operator + kritik əməliyyatlarda avtomatlaşdırma** daha məqsədəuyğun başlanğıc modelidir.

3. Hansı məhsuldan başlamaq daha məqsədəuyğundur?

Mövcud bazar göstəricilərinə və Azərbaycanda nəzərdə tutulan yığım layihəsinə əsasən, **ilk mərhələdə soyuducuların yığımından başlamaq daha məqsədəuyğun görünür.**

Sıra	Məhsul	Başlama məqsədəuyğunluğu	Əsas səbəb
1	Soyuducu	Çox yüksək	Yüksək tələbat, 2025-ci ildə idxalın artması, CKD/SKD yığımına uyğunluq
2	Kondisioner	Çox yüksək	2025-ci ildə idxalın artımı yüksəkdir; regional ixrac potensialı var
3	Paltaryuyan maşın	Yüksək	Davamlı tələbat və nisbətən standartlaşdırılmış yığım prosesi
4	Bişirici/soba	Yüksək	Yığım texnologiyası nisbətən sadədir, lakin məhsul çeşidi çoxdur
5	Qabyuyan maşın	Orta	Potensial var, lakin bazar həcmi digər əsas məhsullardan daha məhdud ola bilər

Mənbə: <https://economiczones.gov.az/storage/media/6971/32CEE547-869B-45F7-92F0-BEF0A7C837FF.pdf?utm>

Niyə soyuducu? Azərbaycan İqtisadi Zonaların İnkişafı Agentliyinin məişət avadanlıqlarının yığımı layihəsində soyuducu, bişirici, qabyuyan, paltaryuyan və quruducu avadanlıqların istehsalı nəzərdə tutulur. Layihənin satış bazarları həm **daxili, həm də xarici bazarlar** kimi müəyyən edilib⁵⁵.

⁵³ <https://www.midea.com/global?utm>

⁵⁴ <https://www.shfdek.com/dishwasher-assembly-line/?utm>

⁵⁵ <https://economiczones.gov.az/storage/media/6971/32CEE547-869B-45F7-92F0-BEF0A7C837FF.pdf?utm>

Eyni zamanda, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, **2025-ci ilin yanvar–iyulunda məişət soyuducularının idxalı 21,7%, kondisionerlərin idxalı 20,0%, paltaryuyan maşınların idxalı isə 6,8% artıb.** Bu göstəricilər soyuducu və kondisioner üzrə bazar potensialının yüksək olduğunu göstərir⁵⁶.

Başlanğıc üçün aşağıdakı 3 mərhələ daha məqsədəuyğundur:

I mərhələ: mikrodalğalı soba + tozsoran

II mərhələ: paltaryuyan + kondisioner

III mərhələ: soyuducu və komponentlərin lokal istehsalı.

Bu yanaşma ilə əvvəlcə nisbətən sadə yığım texnologiyasında təcrübə və satış şəbəkəsi formalaşdırılır, daha sonra kapitaltutumlu məhsullara keçilir. Həmçinin, hazırda Çin istehsalçıları **soyuducu, paltaryuyan, kondisioner, mikrodalğalı soba və tozsoran üçün komplekt yığım xətləri** təklif edirlər. Məsələn, **Yalong** bu məhsullar üzrə ayrıca istehsal xətləri və fərdiləşdirilmiş həllər təqdim edir⁵⁷.

4. Yerli istehsal üçün tövsiyə olunan model

İlkin mərhələdə **SKD/CKD yığım modeli** daha məqsədəuyğundur. Kompresor, mühərrik, elektron plata, sensorlar və digər yüksək texnologiyalı komponentlər xaricdən alınaraq Azərbaycanda yığıla bilər.

Sonrakı mərhələdə isə:

- metal korpuslar;
- plastik hissələr;
- elektrik kabelləri;
- qablaşdırma;
- bəzi mexaniki hissələr;
- sadə elektron və elektrik komponentləri yerli istehsala keçirilə bilər.

Texnoloji baxımdan ilkin mərhələdə kondisioner və soba/plitə yığını nisbətən daha əlçatan, soyuducu və paltaryuyan maşın yığını isə daha mürəkkəb və daha yüksək keyfiyyət nəzarəti tələb edən istiqamətlərdir. Qabyuyan maşın isə orta səviyyəli texnoloji mürəkkəbliyə malikdir.

Yığım müəssisəsi üçün tələb olunan əsas istehsal sahələri

1. Komponent qəbul və keyfiyyət yoxlama sahəsi
2. Mexaniki montaj xətti
3. Elektrik-elektron montaj bölməsi
4. Test və sertifikatlaşdırma sahəsi
5. Qablaşdırma və logistika bölməsi

Praktik olaraq ən optimal başlanğıc

Azərbaycanda yerli istehsalı təşkil etmək üçün optimal başlanğıc mərhələsi aşağıdakı ola bilər:

1-ci il: Tozsoran + mikrodalğalı soba

2-ci il: Kondisioner

3-cü il: Paltaryuyan maşın

4-cü il: Soyuducu

5-ci il: Komponentlərin lokallaşdırılması və ixrac.

Bu yanaşma həm investisiya riskini azaldır, həm də müəssisəyə mərhələli şəkildə **“SKD → CKD → lokal istehsal → ixrac”** modelinə keçməyə imkan verir. Məsələn, **Midea** soyuducu, paltaryuyan, kondisioner, mikrodalğalı soba və tozsoran daxil olmaqla çox geniş məhsul portfelinə malikdir. Buna görə çoxməhsullu zavod üçün potensial texnologiya tərəfdaşı kimi Midea ayrıca nəzərdən keçirilə bilər⁵⁸.

⁵⁶ <https://stat.gov.az/news/index.php?id=6441&lang=az&utm>

⁵⁷ <https://www.applianceassembly.com/?utm>

⁵⁸ <https://www.midea.com/global?utm>

Nəticə

Beş əsas məişət avadanlığının yerli yığılması Azərbaycanda texniki baxımdan mümkündür. İlk mərhələdə ən məqsədəuyğun model **SKD/CKD yığılması**, yəni əsas komponentlərin xaricdən gətirilməsi və məhsulun yerli müəssisədə mexaniki, elektrik və elektron komponentlərinin montajı, sınağı və qablaşdırılmasıdır.

Sonrakı mərhələdə korpus, metal hissələr, plastik detallar, kabel dəstləri və digər komponentlərin lokaallaşdırılması ilə **yerli əlavə dəyərin artırılması** mümkündür.

Bununla belə, müəssisənin uğurlu fəaliyyəti üçün **texnologiya transferi, keyfiyyət standartları, komponent təchizatı, servis şəbəkəsi, ilkin investisiya və istehsal həcmi**nin kifayət qədər böyük olması əsas şərtlərdir.

7. Yığılma texnologiyalarının əldə olunması üçün zəruri addımlar (lisenziya, nou-hau və s).

Azərbaycanda 5 əsas məişət avadanlığının — **kondisioner, soyuducu, paltaryuyan maşın, soba/plita və qabyuyan maşın** — yerli yığımının təşkili üçün texnologiyanın əldə edilməsi ən məqsədəuyğun şəkildə beynəlxalq istehsalçı ilə **lisenziya, OEM** (Original Equipment Manufacturer) - Orijinal avadanlıq istehsalçısı /**ODM** (Original Design Manufacturer) — Orijinal dizayn/layihə istehsalçısı **və ya texniki əməkdaşlıq müqaviləsi** əsasında həyata keçirilə bilər.

1. Yığılma texnologiyalarının əldə olunması üçün zəruri addımlar

Nö	Addım	Tələb olunan iş	Nəticə
1	Məhsul və texnologiyanın seçilməsi	5 məhsul üzrə istehsal/yığım modeli və illik güc müəyyən edilir	Texniki tapşırıq
2	Texnologiya sahibinin seçilməsi	OEM/ODM və ya beynəlxalq brendlərlə danışıqlar aparılır	Potensial texnologiya tərəfdaşı
3	NDA imzalanması	Texniki və kommersiya məlumatlarının məxfiliyi qorunur	Məxfilik müqaviləsi
4	Texniki audit və “due diligence”	Texnologiyanın, avadanlığın və istehsal prosesinin qiymətləndirilməsi	Texnologiya seçimi
5	Lisenziya/OEM müqaviləsi	Brend, texnologiya, dizayn və istehsal hüquqları müəyyən edilir	Hüquqi əsas
6	Nou-hau transferi	Texniki sənədlər, istehsal metodikaları və təlim verilir	Texnologiya transferi
7	Avadanlığın alınması	Yığım xətti və sınaq avadanlıqları alınır	İstehsal xətti
8	Mütəxəssis təlimi	Xarici mütəxəssislər tərəfindən yerli heyət hazırlanır	İxtisaslı kadr
9	Pilot yığım	İlk nümunələr hazırlanır və sınaqdan keçirilir	Təsdiqlənmiş məhsul
10	Sertifikatlaşdırma	Uyğunluq, təhlükəsizlik və digər tələblər yerinə yetirilir	Bazara çıxış
11	Seriya istehsal	Kütləvi yığım başlanır	Kommersiya istehsalı
12	Lokallaşdırma	Yerli komponentlərin payı mərhələli artırılır	Daha yüksək əlavə dəyər

Mənbə: <https://www.ktc.cn/en/cooperation.html?utm>

2. Azərbaycanda texnologiyanın əldə edilməsi üçün mühüm imkan

Azərbaycanın investisiya təşviqi mexanizmi çərçivəsində uyğun layihələr üçün texnika, texnoloji avadanlıq və qurğuların idxalına gömrük rüsumu və ƏDV güzəştləri tətbiq oluna bilər. İnvestisiya təşviqi sənədinin verilməsi müddəti 1 yanvar 2029-cu ilədək uzadılıb⁵⁹.

Həmçinin sənaye parklarının rezidentləri üçün istehsal məqsədilə idxal olunan maşın və texnoloji avadanlıqlara **10 il müddətinə** müəyyən vergi və gömrük güzəştləri tətbiq olunur⁶⁰.

3. Lisenziya müqaviləsində əsas şərtlər

Lisenziya və ya texnologiya transferi müqaviləsində ən azı aşağıdakı məsələlər göstərilməlidir:

- istifadə hüququnun ərazisi;
- lisenziyanın müddəti;
- məhsulların siyahısı;
- istehsal həcminə qoyulan məhdudiyyətlər;
- minimum illik istehsal/satış həcmi;
- brenddən istifadə hüququ;
- texniki sənədlərin təqdim edilməsi;
- nou-haunun ötürülməsi;
- avadanlıq spesifikasiyası;
- işçilərin təlimi;
- keyfiyyət standartları;
- texniki dəstək;
- zəmanət və servis tələbləri;
- ehtiyat hissələrinin tədarükü;
- patent və digər əqli mülkiyyət hüquqları;
- royalty/lisenziya haqqı;
- müqavilənin uzadılması və xitam şərtləri.

Mənbə: <https://www.wipo.int/en/web/technology-transfer/agreements?utm>

WIPO texnologiya lisenziyasında xüsusilə IP hüquqlarının həcmi, müstəsnaqlıq, istifadə sahəsi, ərazi, sublicenziya, maliyyə şərtləri, texniki sənədlər və məsləhət xidməti, məxfilik, müddət və xitam məsələlərinin ayrıca müəyyən edilməsi tövsiyə edilir⁶¹.

4. Nou-hau transferi

Nou-hau transferi istehsal texnologiyasının yalnız sənədlərlə deyil, həm də **texniki bilik, istehsal təcrübəsi, proses təlimatları, çertyojlar, avadanlığın iş prinsipləri və işçi heyətin təlimi** vasitəsilə digər müəssisəyə ötürülməsidir. WIPO-nun izahına görə, nou-hau həm sənədlər və texniki məlumatlar, həm də mütəxəssis təlimi və praktiki nümayiş formasında ötürülə bilər⁶².

Nou-hau transferinin əsas elementi	Məişət avadanlıqları yığımı üçün nümunə
Texniki sənədlər	Çertyojlar, sxemlər, texniki spesifikasiyalar
İstehsal/yığım təlimatları	Yığım ardıcılığı və işçi təlimatları
BOM	Komponentlərin və materialların tam siyahısı
Proses texnologiyası	Yığım, test və keyfiyyətə nəzarət prosedurları

⁵⁹ <https://economy.gov.az/az/page/itm?utm>

⁶⁰ <https://economiczones.gov.az/en/post/rezidentler-567mln-azn-vesaiteqenaetedibler-en?utm>

⁶¹ <https://www.wipo.int/web-publications/a-primer-on-technology-transfer-in-the-field-of-biotechnology/en/7-technology-transfer-in-biotechnology-continuum-of-agreements.html?utm>

⁶² https://tind.wipo.int/record/28661/files/wipo_pub_489.pdf?utm

Nou-hau transferinin əsas elementi	Məişət avadanlıqları yığımı üçün nümunə
Avadanlıq üzrə biliklər	Yığım xəttinin sazlanması və istismarı
İşçi təlimi	Xarici mütəxəssislər tərəfindən yerli işçilərin hazırlanması
Texniki dəstək	Xəttin quraşdırılması, sınaq istehsalı və optimallaşdırılması
Məxfilik	Know-how məlumatlarının üçüncü tərəfə ötürülməsinin qadağan edilməsi

Mənbə: <https://chatgpt.com/c/6a8dc09e-7f40-83eb-89e6-83452e067796>
https://www.wipo.int/en/web/trade-secrets/tradesecrets_faqs?utm
<https://bsulawreview.org/volume7/issue2/7bakustulrev214-05-2022/?lang=en&utm>

5. Texnologiya transferi üzrə təlim

Xarici texnologiya sahibi tərəfindən yerli müəssisənin:

- mühəndisləri;
- texnoloqları;
- keyfiyyət nəzarət mütəxəssisləri;
- montaj işçiləri;
- servis mütəxəssisləri üçün praktiki təlim təşkil olunmalıdır.

İlkin mərhələdə xarici mütəxəssislərin Azərbaycana dəvət olunaraq **istehsal xəttinin quraşdırılması və ilk məhsulların birlikdə yığılması** daha effektiv yanaşmadır.

6. Əldə olunmalı əsas texnoloji paket

Yerli müəssisə üçün aşağıdakı sənədlər və biliklər tələb olunur:

- Məhsul konstruksiyası üzrə texniki sənədlər;
- Komponent siyahısı;
- Montaj xəttinin layihəsi;
- İstehsal proses xəritəsi;
- Keyfiyyət nəzarət planı;
- Test metodikaları;
- Təmir və servis təlimatları;
- Proqram təminatı (elektron idarəetmə sistemləri üçün);
- İşçi heyət üçün təlim materialları.

Mənbə: <https://www.applianceassembly.com/>

Məişət avadanlığı yığımı üçün xüsusilə vacib 5 şərt

1. Azərbaycan ərazisində müstəsna yığım hüququ
2. Texnologiya + know-how + texniki sənədlərin tam ötürülməsi
3. Royalti və birdəfəlik lisenziya haqqının dəqiq müəyyən edilməsi
4. Xarici bazarlara satış/ixrac hüququnun müqavilədə göstərilməsi
5. Təlim, avadanlığın quraşdırılması və texniki dəstəyin lisenziar tərəfindən təmin edilməsi

Bu 5 şərt yerli yığım müəssisəsi üçün xüsusilə vacibdir, çünki sadəcə **markadan istifadə hüququ** almaq kifayət etmir. Həm də müəssisəyə real **istehsal texnologiyası və know-how transferi** də təmin edilməlidir⁶³.

7. Sertifikatlaşdırma və hüquqi tələblər

Məhsul Azərbaycan bazarına çıxarılmadan əvvəl onun üçün tətbiq olunan **texniki rəqlamentlər, uyğunluğun qiymətləndirilməsi, təhlükəsizlik və enerji səmərəliliyi tələbləri** müəyyən edilməlidir. Xüsusilə elektrik və

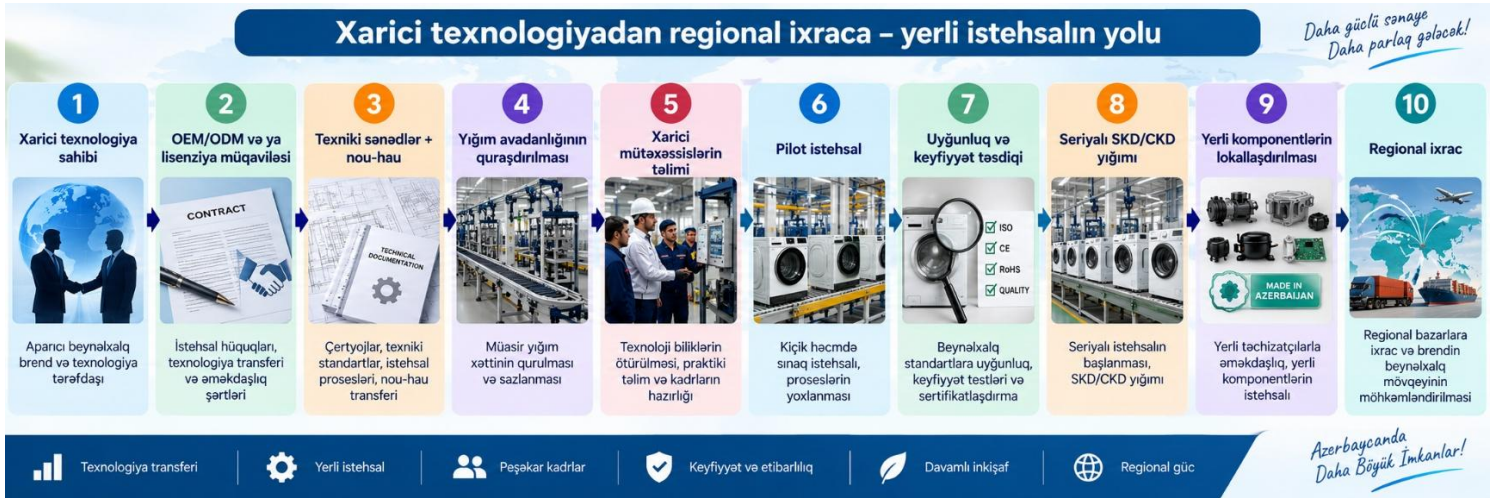
⁶³ <https://www.wipo.int/en/web/technology-transfer/agreements?utm>

elektron məişət cihazlarında elektrik təhlükəsizliyi, elektromaqnit uyğunluğu və enerji səmərəliliyi mühüm əhəmiyyət daşıyır⁶⁴.

8. Azərbaycan üçün tövsiyə olunan model

Yerli müəssisənin ilk mərhələdə tam texnologiya yaratması əvəzinə aşağıdakı model daha real görünür:

Xarici texnologiya sahibi → OEM/ODM və ya lisenziya müqaviləsi → Texniki sənədlər + nou-hau → Yığım avadanlığının quraşdırılması → Xarici mütəxəssislərin təlimi → Pilot istehsal → Uyğunluq və keyfiyyət təsdiqi → Seriyalı SKD/CKD yığımı → Yerli komponentlərin lokallaşdırılması → Regional ixrac



Nəticə

Kondisioner, soyuducu, paltaryuyan maşın, soba/plita və qabyuyan maşınların yerli yığımı üçün ən səmərəli yanaşma beynəlxalq istehsalçı ilə uzunmüddətli texnologiya transferi müqaviləsinin bağlanmasıdır. Müqavilə yalnız marka istifadəsini deyil, nou-hau, texniki sənədlər, istehsal xəttinin qurulması, işçilərin təlimi, pilot istehsal, keyfiyyət nəzarət və texniki servis dəstəyini əhatə etməlidir. İlk mərhələdə **SKD/CKD**, orta müddətdə isə **yerli komponentlərin lokallaşdırılması** daha məqsəduyğun modeldir. Bu, həm investisiya riskini azaldır, həm də yerli əlavə dəyərin mərhələli artırılmasına imkan verir.

⁶⁴ <https://azstand.gov.az/az/uygunlugun-qiymetlendirilmesi?>

⁶⁵ <https://azstand.gov.az/az/xeberler/olkede-enerji-semereliyi-sahesinde-yeni-dovlet-standartlari-qebul-edilib>

8. Məişət avadanlıqlarının yığılma müəssisəsinin rentabelliği üçün tələb olunan istehsal həcmi və yaxın ölkələrə ixrac imkanları

Məişət avadanlıqlarının yığılma müəssisəsi üçün rentabelliği qiymətləndirərkən əsas meyar **ildə neçə ədəd məhsul yığılması, bir məhsul üzrə marja və sabit xərclərin həcmidir**.

1. Rentabellik üçün optimal istehsal həcmi

Orta ölçülü yığılma müəssisəsi üçün ilkin mərhələdə aşağıdakı model məqsəduyğundur:

Göstərici	İlkin mərhələ	Optimal mərhələ
İllik istehsal	20–30 min ədəd	50–70 min ədəd
Aylıq orta istehsal	1,700–2,500	4,200–5,800
İstehsal gücündən istifadə	40–55%	70–80%
İşçi sayı	70–120	120–180
Orta satış qiyməti	500–650 AZN	500–650 AZN
Məhsul üzrə orta brüt marja	15–22%	18–25%
Təxmini illik dövriyyə	10–18 mln AZN	25–40 mln AZN

Mənbə: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278612589900046?utm>

Qeyd: Satış qiyməti məhsulun çeşidindən, brenddən və yerli komponentlərin payından asılı olaraq dəyişir.

Araşdırma nəticəsi göstərir ki, müəssisənin davamlı rentabelliği üçün təxminən **50 min ədəd/il və yuxarı** istehsal həcmi daha real hədəfdir. 20–30 min ədədlik istehsal isə yalnız yüksək marjalı məhsullar və ya aşağı investisiya ilə qurulan SKD yığımını zamanı kifayət qədər rentabelli ola bilər.

2. Təxmini rentabellik modeli

Məişət avadanlıqlarının yığımını müəssisəsi üçün rentabelliği qiymətləndirməkdə əsas yanaşma **“satış həcmi – dəyişən xərc – sabit xərc – mənfəət”** modelidir. Zərərsizlik nöqtəsi sabit xərclərin vahid məhsul üzrə marjaya bölünməsi ilə hesablanır⁶⁶.

Məişət avadanlığı yığımını üçün nümunə model

Göstərici	Təxmini nümunə
İllik istehsal/satış	50 000 ədəd
Orta satış qiyməti	700 AZN
Vahid dəyişən xərc	560 AZN
Vahid marja	140 AZN
İllik sabit xərclər	5,0 mln AZN
Zərərsizlik həcmi	35 714 ədəd
50 000 ədəd satışda mənfəət	2,0 mln AZN
Satış rentabelliği	≈5,7%

⁶⁶ <https://openstax.org/books/principles-managerial-accounting/pages/3-2-calculate-a-break-even-point-in-units-and-dollars?utm>

Burada:

Vahid marja = $700 - 560 = 140$ AZN

Zərərsizlik həcmi = $5\,000\,000 / 140 = 35\,714$ ədəd

Mənfəət = $(50\,000 \times 140) - 5\,000\,000 = 2\,000\,000$ AZN

Bu hesablama metodologiyası istehsal müəssisələri üçün qəbul edilmiş **Contribution Margin / Break-Even** yanaşmasına əsaslanır⁶⁷.

Azərbaycan üzrə layihə mənbəyi: məişət avadanlıqlarının yığımı üzrə İZİA layihəsi soyuducu, bişirici, qabyuyan, paltaryuyan və quruducu avadanlıqların istehsalını və həm daxili, həm də xarici bazarlara satışı nəzərdə tutur⁶⁸.

Nəticə: ilkin biznes-plan üçün **50 min ədəd/il** nümunə istehsal həcmi götürülsə, təxminən **35,7 min ədəd zərərsizlik nöqtəsi**, 50 min ədəd satışda isə **2 mln AZN əməliyyat mənfəəti** modeli qurmaq mümkündür. Lakin bu rəqəmlər **nümunəvi hesablama**dır, real layihədə hər məhsul (soyuducu, kondisioner, paltaryuyan və s.) üzrə ayrıca hesablanmalıdır.

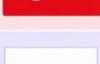
3. Daxili bazarın imkanları

Azərbaycanda idxalın əhəmiyyətli olması yığım müəssisəsi üçün bazar imkanının mövcudluğunu göstərir. Məsələn, 2024-cü ildə Azərbaycana yalnız məişət tipli qabyuyan maşınların idxalı **30 465 ədəd və 10,33 mln ABŞ dolları**, məişət tipli kompressorlu soyuducuların idxalı isə **32 343 ədəd və 12,18 mln ABŞ dolları** olub⁶⁹.

Paltaryuyan maşınlarda da idxal bazarı daha böyükdür. 2024-cü ildə Azərbaycana Rusiyadan **21 484 ədəd**, Hindistandan isə **12 200 ədəd** avtomatik paltaryuyan maşın idxal olunub⁷⁰.

Bu göstəricilər onu göstərir ki, müəssisənin yalnız daxili bazara hesablanması halında belə **ildə 20–30 min ədədlik ilkin satış həcminə** nail olmaq mümkündür. Lakin 50–70 min ədədlik istehsal gücünün tam yüklənməsi üçün ixrac vacibdir.

4. Potensial ixrac bazarları

Ölkə	Bazar üstünlüyü	Perspektiv məhsullar	
 Gürcüstan	 Coğrafi yaxınlıq, aşağı logistika xərcləri	Kondisioner, soyuducu, kiçik texnika	
 Qazaxıstan	 Böyük ərazi və artan istehlak bazarı	Soyuducu, paltaryuyan, kondisioner	
 Özbəkistan	 Böyük əhali, inkişaf edən mənzil bazarı	Orta qiymət segmenti məhsullar	
 Türkiyə	 Güclü təchizat zənciri və böyük bazar	Komponent əməkdaşlığı, regional satış	
 Rusiya	 Böyük istehlak bazarı	Orta qiymətli məhsullar (logistika və sertifikatlaşdırma şərtləri nəzərə alınmaqla)	

Mənbə: <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/AZE/year/2024/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/850980?utm>

⁶⁷ <https://openstax.org/books/principles-managerial-accounting/pages/3-2-calculate-a-break-even-point-in-units-and-dollars?utm>

⁶⁸ <https://www.wallstreetprep.com/knowledge/break-even-analysis/?utm>

⁶⁹ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/AZE/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/842211?utm>

⁷⁰ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/All/year/2024/tradeflow/Imports/partner/RUS/product/845011?utm>

5. Yaxın ölkələrə ixrac imkanları Ən perspektivli bazarlar:

Gürcüstan

Gürcüstan Azərbaycanın ən əlverişli ilkin ixrac bazarlarından biridir. Coğrafi yaxınlıq və logistika üstünlüyü əsas üstünlüklərdir.

2024-cü ildə Gürcüstan **168 600 ədəd avtomatik paltaryuyan maşın** idxal edib və idxalın dəyəri **37,19 mln ABŞ dolları** olub⁷¹.

Eyni zamanda Gürcüstan 2024-cü ildə 7 542 ədəd paltaryuyan maşın ixrac edib və bunun **565 ədədi Azərbaycana** gedib⁷².

Potensial: Azərbaycan müəssisəsi üçün ilkin mərhələdə Gürcüstanda ildə **2–5 min ədəd** satış real hədəf kimi qəbul edilə bilər.

Özbəkistan

Özbəkistan daha böyük bazardır, lakin rəqabət də yüksəkdir.

2024-cü ildə Özbəkistan **441 796 ədəd avtomatik paltaryuyan maşın** idxal edib və idxalın dəyəri **61,2 mln ABŞ dolları** olub⁷³.

Maraqlıdır ki, Özbəkistan özü də 2024-cü ildə **70 838 ədəd paltaryuyan maşın ixrac edib**, əsas ixrac istiqaməti isə Türkiyə olub⁷⁴.

Bu səbəbdən Azərbaycan istehsalçısının Özbəkistanda yalnız qiymət üzrə rəqabət aparması çətin olacaq. Daha düzgün strategiya **orta qiymət + Azərbaycan brendi + sürətli servis + regional distribütor** modelidir.

Potensial: orta müddətdə ildə **3–8 min ədəd**.

Qazaxıstan

Qazaxıstan daha böyük, lakin logistika baxımından nisbətən bahalı bazardır. 2024-cü ildə Qazaxıstana **691 781 ədəd avtomatik paltaryuyan maşın** idxal edilib və idxalın dəyəri **152,8 mln ABŞ dolları** təşkil edib⁷⁵.

Qabyuyan maşınlarda da Qazaxıstanın 2024-cü il idxalı **88 797 ədəd və 20,7 mln ABŞ dolları** olub⁷⁶.

Potensial: məhsulun qiyməti və logistika düzgün optimallaşdırılırsa, ildə **3–7 min ədəd**.

6. Təvsiyə olunan istehsal və ixrac modeli

İstiqamət	İllik hədəf
Azərbaycan daxili bazarı	40 000–45 000 ədəd
Gürcüstan	3 000–5 000
Özbəkistan	3 000–6 000
Qazaxıstan	3 000–5 000
Digər bazarlar	2 000–4 000
Cəmi:	51 000–65 000 ədəd

Göründüyü kimi, **60 min ədəd/il** ətrafında istehsal müəssisənin iqtisadi cəhətdən optimal başlanğıc ölçüsü kimi qəbul edilə bilər.

⁷¹ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/GEO/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/845011?utm>

⁷² <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/GEO/year/2024/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/845011?utm>

⁷³ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/UZB/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/845011?utm>

⁷⁴ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/UZB/year/2024/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/845011?utm>

⁷⁵ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/KAZ/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/845011?utm>

⁷⁶ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/All/year/2024/tradeflow/Imports/partner/WLD/product/842211?utm>

7. Ən məqsədəuyğun məhsul strategiyası

İlk mərhələdə bütün məhsullar üzrə tam istehsal xətti yaratmaq əvəzinə:

1. Paltaryuyan maşın
2. Soyuducu
3. Qabyuyan maşın
4. Elektrik soba/plita
5. Tozsoran və kiçik məişət texnikası **üzrə mərhələli yığım daha məqsədəuyğundur.**

Xüsusilə **paltaryuyan maşın** ixrac üçün ən perspektivli məhsullardan biridir: Gürcüstan, Özbəkistan və Qazaxıstanda bu məhsul üzrə idxal bazarlarının həcmi kifayət qədər böyükdür⁷⁷.

Yekun qiymətləndirmə

Məişət avadanlıqları yığma müəssisəsinin iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış minimum gücü 35–45 min ədəd/il, optimal kommersiya gücü isə 50–70 min ədəd/il hesab edilə bilər. 60 min ədəd/il səviyyəsində müəssisə həm daxili bazarın bir hissəsini, həm də yaxın ölkələrə ixracı təmin edə bilər.

İxrac baxımından **Gürcüstan – birinci mərhələ, Özbəkistan – ikinci mərhələ, Qazaxıstan – üçüncü mərhələ** kimi qiymətləndirilə bilər. Gürcüstanın 2024-cü ildə 168,6 min paltaryuyan maşın, Özbəkistanın 441,8 min, Qazaxıstanın isə 691,8 min ədəd idxal etməsi bu bazarlarda nəzərəcarpacaq tələbin olduğunu göstərir⁷⁸.

İstehsal üçün tövsiyə olunan hədəf:

1-ci il **30–35 min**, 2-ci il **45–50 min**, 3-cü il isə **60–70 min ədəd/il** istehsal. Bu mərhələdə ixracın ümumi satışda **15–25%-ə** çatdırılması müəssisənin rentabelliğini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırmağa bilər.

Tövsiyə olunan ixrac strategiyası

1-ci mərhələ (0–3 il):

- Azərbaycan daxili bazarının təmin edilməsi;
- Gürcüstan və Mərkəzi Asiya bazarlarına çıxış;
- OEM/ODM tərəfdaşlıq.

2-ci mərhələ (3–5 il):

- Yerli komponent istehsalının artırılması;
- regional distribyutor şəbəkəsinin yaradılması.

3-cü mərhələ (5 ildən sonra):

- Azərbaycan brendinin formalaşdırılması;
- MDB və Yaxın Şərq bazarlarına ixrac.

Ən perspektivli istehsal istiqamətləri

Azərbaycan üçün rentabellik baxımından prioritet sıralama:

1. **Kondisioner yığımı** – yüksək mövsümi tələb, ixrac üçün əlverişli.
2. **Kiçik məişət texnikası** – aşağı investisiya, sürətli dövriyyə.
3. **Elektrik sobası və su qızdırıcıları** – lokal komponent imkanları.
4. **Paltaryuyan maşın** – böyük bazar, lakin daha yüksək texniki tələblər.
5. **Soyuducu** – ən böyük potensial, lakin investisiya və texnologiya tələbi yüksəkdir.

Nəticə

Azərbaycanda illik minimum 100 min ədəd məhsul istehsal gücünə malik yığım müəssisəsi daxili bazar və yaxın ixrac bazarları hesabına rentabelli görünür.

⁷⁷ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/UZB/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/845011?utm>

⁷⁸ <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/GEO/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/845011?utm>

9. 5 növ avadanlıq üzrə texniki rəqlament və standartlar

Məişət avadanlıqlarının yığılması müəssisəsi üçün əvvəlki təsnifata uyğun olaraq **5 əsas məhsul qrupu** — paltaryuyan maşın, soyuducu, qabyuyan maşın, elektrik soba/plita və tozsoran — üzrə texniki rəqlament və standartları aşağıdakı kimi sistemləşdirmək olar.

1. 5 növ avadanlıq üzrə texniki rəqlament və standartlar

Avadanlıq	Əsas texniki rəqlament / uyğunluq tələbi	Əsas beynəlxalq standartlar	Əsas yoxlama və sınaqlar
Paltaryuyan maşın	Elektrik təhlükəsizliyi, elektromaqnit uyğunluğu (EMC), enerji səmərəliliyi və etikətləmə tələbləri	IEC 60335-1, IEC 60335-2-7, IEC 61000 seriyası; enerji səmərəliliyi üçün IEC 60456	Elektrik izolyasiyası, torpaqlama, sızma cərəyanı, mexaniki təhlükəsizlik, su sızması, enerji və su sərfiyyatı, səs-küy
Soyuducu	Elektrik təhlükəsizliyi, EMC, enerji səmərəliliyi, soyuducu agentin təhlükəsizliyi və etikətləmə	IEC 60335-1, IEC 60335-2-24, IEC 62552	Enerji sərfiyyatı, temperatur sabitliyi, kompressorun işi, izolyasiya, elektrik təhlükəsizliyi, soyuducu dövrənin sızdırmazlığı
Qabyuyan maşın	Elektrik təhlükəsizliyi, EMC, enerji və su səmərəliliyi, etikətləmə	IEC 60335-1, IEC 60335-2-5, IEC 60436	Elektrik təhlükəsizliyi, su sızması, yuma və qurutma effektivliyi, su/enerji sərfiyyatı, temperatur, səs-küy
Elektrik soba/plita	Elektrik təhlükəsizliyi, EMC, enerji səmərəliliyi və istehlakçı məlumatlandırılması	IEC 60335-1, IEC 60335-2-6 ; sobalar üçün IEC 60350-1/2	İzolyasiya, qızma temperaturu, termostat, yanq təhlükəsi, elektrik şokundan qorunma, enerji sərfiyyatı
Tozsoran	Elektrik təhlükəsizliyi, EMC, enerji sərfiyyatı və səs-küy tələbləri	IEC 60335-1, IEC 60335-2-2 ; ölçmə və performans üçün IEC 62885 seriyası	Elektrik təhlükəsizliyi, toz toplama, filtrasiya, sorucu güc, mühərrikin qızması, səs-küy, enerji sərfiyyatı

Mənbə: <https://azstand.gov.az/az/xeberler/2025-ci-ilin-12-ayi-erzinde-azerbaycan-sandartlasdirma-institutu-terefinden-standartlasdirma-sahesinde-gorulen-isler?utm>

2. Azərbaycanda tətbiq baxımından

Azərbaycanda belə məhsulların bazara çıxarılmasında əsas məsələ yalnız IEC standartına uyğunluq deyil, həm də **Azərbaycanın qüvvədə olan texniki rəqlamentləri, uyğunluğun qiymətləndirilməsi və istehlakçıya təqdim edilən məlumatların tələblərə uyğunluğudur**.

Yığma müəssisəsi üçün məhsulun istehsalına başlamazdan əvvəl aşağıdakı sənədlər hazırlanmalıdır:

1. **Məhsulun texniki faylı** – konstruksiya, sxemlər, komponentlərin siyahısı və texniki göstəricilər;
2. **Risqlərin qiymətləndirilməsi**;
3. **Sınaq protokolları**;
4. İdxal olunan komponentlərin **uyğunluq sənədləri və sertifikatları**;
5. **İstismar təlimatı və təhlükəsizlik qaydaları** – Azərbaycan dilində;
6. Məhsul üzərində **markalanma və identifikasiya məlumatları**;
7. Enerji istehlak edən məhsullar üçün müvafiq **enerji etiketi**;
8. Tələb olunduğu halda **uyğunluq sertifikatı və ya uyğunluq bəyannaməsi**;
9. İstehsalçının zəmanət və **servis təminatı**.

3. Yığım müəssisəsi üçün xüsusilə vacib məqam

Əgər müəssisə hazır məhsulu tam istehsal etmək əvəzinə SKD/CKD yığım modeli ilə işləyəcəksə, komponentlərin ayrıca uyğunluğu kifayət etmir. **Yığılmış son məhsulun özü də müvafiq təhlükəsizlik və uyğunluq tələblərinə cavab verməlidir.**

Məsələn, paltaryuyan maşında mühərrik, elektron plata, kabel, nasos və digər komponentlərin ayrı-ayrılıqda sertifikatlaşdırılması son məhsulun avtomatik olaraq uyğun hesab edilməsi demək deyil. Son məhsul üzrə elektrik təhlükəsizliyi, EMC və digər tələb olunan sınaqlar aparılmalıdır⁷⁹.

4. Yerli yığım müəssisəsi üçün tələb olunan keyfiyyət sistemləri

Məişət avadanlığı istehsalı və yığımı üçün tövsiyə olunan idarəetmə standartları:

Standart	Tətbiq sahəsi
ISO 9001	Keyfiyyət idarəetmə sistemi
ISO 14001	Ətraf mühit idarəetməsi
ISO 45001	Əməyin mühafizəsi və təhlükəsizlik
ISO/IEC 17025	Sınaq laboratoriyalarının kompetensiyası
ISO 50001	Enerji idarəetməsi

Mənbə: <https://www.iso.org/standard/62085.html?utm>

5. Azərbaycan üçün istehsal perspektivi baxımından əsas sertifikatlaşdırma istiqamətləri

Yerli yığım müəssisəsi məhsullarını həm daxili bazara, həm də ixraca yönəldirsə, aşağıdakı uyğunluqlar vacibdir:

- **CE markalanması** – Avropa bazarı üçün;
- **EAC uyğunluğu** – Rusiya, Qazaxıstan və bəzi MDB bazarları üçün;
- **IEC əsaslı sınaq protokolları** – beynəlxalq qəbul üçün;
- **Enerji səmərəliliyi etiketləri** – istehlak bazarı üçün.

Mənbə: <https://azstand.gov.az/az/mallarin-ve-xidmetlerin-sertifikatlasdirilmasi?utm>

Nəticə

Azərbaycanda məişət avadanlıqlarının yığılması üzrə müəssisə üçün ən vacib texniki baza **IEC 60335 seriyası + ISO 9001 keyfiyyət sistemi + məhsul üzrə enerji səmərəliliyi standartlarıdır**. Bu baza həm yerli satış, həm də Gürcüstan, Mərkəzi Asiya və digər ixrac bazarlarına çıxış üçün əsas şərt⁸⁰.

Yerli istehsal üçün tövsiyə

İstehsal xətti yaradılarkən standartlar üzrə “**minimum uyğunluq paketi**” belə formalaşdırıla bilər:

IEC 60335-1 + məhsula uyğun IEC 60335-2-x + EMC standartları + enerji səmərəliliyi standartı + enerji etikətlənməsi + Azərbaycan üzrə uyğunluğun qiymətləndirilməsi.

Bu yanaşma xüsusilə **paltaryuyan, soyuducu, qabyuyan, elektrik sobası və tozsoran** üçün vahid keyfiyyətə nəzarət sisteminin yaradılmasına imkan verir⁸¹.

⁷⁹ <https://azstand.gov.az/az/xeberler/2025-ci-ilin-12-ayi-erzinde-azerbaycan-sandartlasdirma-institutu-terefinden-standartlasdirma-sahesinde-gorulen-isler?utm>

⁸⁰ <https://www.iso.org/standard/62085.html?utm>

⁸¹ <https://azstand.gov.az/az/uygunlugun-qiymetlendirilmesi?utm>

Bazar araşdırması üzrə:

ÜMUMİ NƏTİCƏ

Azərbaycanda məişət avadanlıqlarının yığımı **perspektivli investisiya istiqaməti** hesab edilə bilər. Daxili bazarda kondisioner, soyuducu və paltaryuyan maşınlarla tələbatın mövcud olması, eyni zamanda bazarın idxaldan əhəmiyyətli dərəcədə asılılığı yerli yığım üçün imkan yaradır. Məsələn, 2023-cü ildə hər 100 ev təsərrüfatına orta hesabla **60,6 kondisioner, 123,6 soyuducu/dondurucu və 113,6 paltaryuyan maşın** düşüb⁸².

2025-ci ildə Azərbaycanda qeyri-ərzaq pərakəndə ticarəti real ifadədə **6,8% artıb**, elektrik malları və mebel isə pərakəndə xərclərin **4,7%-ni** təşkil edib⁸³.

ÜMUMİ TƏKLİF

İlk mərhələdə soyuducu və kondisionerlərin SKD/CKD üsulu ilə yığımına başlanılması, daha sonra paltaryuyan, soba və qabyuyan maşınların istehsal çeşidinə əlavə edilməsi məqsədəuyğundur.

Yığım müəssisəsi:

- ilkin mərhələdə **idxal komponentlərinə** əsaslanmalı;
- tədricən **komponentlərin lokallaşdırılmasını** artırmalı;
- **ISO 9001** və məhsul uyğunluğu sistemini qurmalı;
- xarici **OEM/ODM tərəfdaşından texnologiya və nou-hau transferi** almalı;
- daxili bazarla yanaşı **Gürcüstan, Özbəkistan və Qazaxıstan** kimi regional bazarlara ixracı hədəfləməlidir.

⁸² https://stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/stat-yearbook_2024.pdf?utm

⁸³ https://stat.gov.az/special_version/news/index.php?id=6583&utm