

İ. Ə. FEYZULLABƏYLİ
E. İ. İBİŞOV
H.A. İSRAFILOV

BEYNƏLXALQ
TİCARƏT İŞİ

(Ali məktəblər üçün dərslik)

Azərbaycan Respublikası
Təhsil Nazirliyinin 771
saylı 29 iyun 2001-ci il
tarixli əmrilə qrif verilmişdir.

BAKİ - 2001

**İ.e.d., professor İ.Ə.Feyzullabəylinin ümumi
redaksiyası altında dərslik**

- Elmi redaktoru:** **Ə.İ.Bayramov** ADİU-nun "Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər" kafedrasının dosenti, i.e.n.
- Redaktoru:** **Talib Məmmədov**
- Rəyçilər:** **A.Qasimov** BDU-nun "Beynəlxalq münasibətlər və idarəetmə" kafedrasının müdiri, professor.
R.N.Hüseynəliyev Azərbaycan Respublikası Ticarət Nazirliyinin Daxili Ticarətin Tənzimlənməsi Departamentinin rəisi, i.e.n., dosent.
S.N.Məmmədov Ticarət Nazirliyi Xarici ticarətin tənzimlənməsi departamentinin rəis müavini.

İsmayıl Əli oğlu Feyzullabəyli, i.e.d., prof.
Elman İbiş oğlu İbişov, i.e.n., dos.
Həsən Abid oğlu İsrailov, i.e.n., dos.

Beynəlxalq ticarət işi.
- Bakı "Zaman" nəşriyyatı - 2001, 370 səh.

"Beynəlxalq ticarət işi" dərsliyi ali məktəblərin, əsasən Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər ixtisası üzrə oxuyan əyani və sair tələbələr üçün nəzərdə tutulur.

AV 0604000000 - 2001
045-022039

MÜQƏDDİMƏ

Ticarət insan əməyi ilə bağlı iqtisadi fəaliyyətdir. Ticarət işi ən müxtəlif və çoxşaxəli bir iqtisadi-sosial fəaliyyət sahəsi kimi bütün iqtisadi məkanlarda - ayrıca götürülmüş bir məmləkətdə və onun daxili məhəllələrində, həmin məmləkətin xarici ölkələrlə iqtisadi münasibətlərində, beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin realizə ediləcəyi məkanlarda təşkil olunur və idarə edilir.

Beynəlxalq ticarət işi alqı-satqı əməliyyatlarının həyata keçirilməsi ilə reallaşdırılır. Bu, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin idarə edilməsi mexanizminin başlıca amilidir. Belə ki, beynəlxalq iqtisadi münasibətlər məhz maddi ("görünən") malların mübadiləsi, elmi-tədqiqat işlərinin və elmi-texniki biliklərin nəticələrinin və sair xidmətlərin ("görünməyən" malların) mübadiləsi, ölkələr arasında istehsal-texniki əməkdaşlığın nəticələrinin (həm "görünən", həm də "görünməyən") mallar mübadiləsi formalarında təzahür edir. Bütün bunlar kontragentləri öncədən müəyyənləşdirilmiş müxtəlif ölkələrin qarşılıqlı ticarət əməliyyatları vasitəsilə həyata keçirilir.

Müasir dünya təsərrüfatında iqtisadi əlaqələrin inkişafı beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin yuxarıda göstərilən hər üç formasının həm üfüqi, həm də şaquli istiqamətlərdə inkişafı ilə xarakterizə olunur. Dünya iqtisadiyyatı inkişafının məhz bu mərhələsində məmləkətlərarası ticarətin sürətli inkişafı beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin əsas cəhətini təşkil edir.

Dərsləkdə "Beynəlxalq ticarət işi" kursunun ətraflı və dərin mənimsənilməsi üçün aşağıdakı ümumiləşdirilmiş istiqamətlərin şərhı verilmişdir: hər cür əmək məhsullarının mübadiləsi üzrə beynəlxalq ticarət əməliyyatları; elmi-texniki biliklərin, texniki və digər xidmətlərin beynəlxalq mübadiləsi üzrə ticarət əməliyyatları; beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq barədə sazişlərin realizasiyası üzrə firmaların və sair strukturların ticarət fəaliyyəti; firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına müvafiq dövlət strukturlarının - nazirliklərin, idarələrin və təşkilatların, habelə özəl inhisar birliklərinin yardımı və s.

Verilən istiqamətlərə uyğun olaraq, oxucular beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının mahiyyəti və məzmunu, beynəlxalq məkanda bazarların tədqiqi metodları ilə tanış olacaq, ixracat və idxalat əməliyyatlarını və onların mahiyyətini, tənziimi və statistik uçotunu, kontragentlərarası əlaqələrdə beynəlxalq sazişlərin (müqavilələrin, kontraktların) bağlanmasına hazırlıq qaydalarını, alqı-satqı üzrə beynəlxalq kontraktların, sazişlərin, müqavilələrin yerinə yetirilməsi yolları və qaydalarını, beynəlxalq qarşılıqlı ticarət əməliyyatlarını və bununla bağlı beynəlxalq bazarda ticarət-vasitəçi strukturların ticarət fəaliyyətini, habelə beynəlxalq birjalarda (hərraclarda, torqlarda) ticarət əməliyyatlarının təşkili və texnikasını, həmçinin reklam və sərqi işlərini öyrənəcəklər.

Bütün bunlarla yanaşı, dərsləkdə elmi-texniki biliklərin və texniki xidmətlərin beynəlxalq mübadiləsi üzrə ticarət əməliyyatları silsiləsindən beynəlxalq texnologiya mübadilələri-

nin metodoloji əsasları, beynəlxalq lisenziyalar ticarəti, beynəlxalq mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsi, beynəlxalq icarə və beynəlxalq turizm üzrə ticarət əməliyyatları və s.-də tələbələrin və digər oxucuların nəzər-diqqətindən yayınmayacaq.

Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığa dair sazişlərin, kontraktların həyata keçirilməsində firmaların ticarət fəaliyyəti, o cümlədən beynəlxalq texniki əməkdaşlığın növləri və onların təşkilati formaları, beynəlxalq istehsal kooperasiyası, ticarət iqtisadi münasibətlərin inkişafının zəruri tələbatı kimi istehsal-texniki və s. xidmətlər üzrə beynəlxalq mübadilə məsələləri də dərs vəsaitindən yayınmamışdır.

Dərsləyin sonunda firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına dövlət orqanları və təşkilatlarının köməyi və bu işdə xüsusi inhisar birliklərinin rolu və əhəmiyyəti məsələləri də oxuculara çatdırılır.

Dərsləkdə beynəlxalq ticarət işinin təşkilinə, texnikasına və bilavasitə ticarət fəaliyyətinə dair bir sıra iqtisadi terminlərin beynəlxalq təcrübədə qəbul olduğunu əsas tutaraq, burada həmin terminlər köhnə alman, latın, ingilis və s. əcnəbi dillərdə verilmişdir. Bununla bağlı, oxucuya aydınlıq gətirmək məqsədilə azəri türkü dilində onların bu və ya başqa formada konkret ifadələri də qeyd edilmişdir.

Dərsləlik işlənmədən, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərə, o cümlədən beynəlxalq ticarət işinə dair məsələlərdə xüsusən inkişaf etmiş ölkələrin müvafiq ədəbiyyatlarından istifadə olunmuşdur. Burada təcrübi materiallara, faktiki məlumatlara,

o cümlədən Azərbaycan Respublikasının bəzi müqavilə, saziş, hesabat formalarının nümunələrinə də yer verilmişdir. Vəsait Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyinin 21 aprel 1999-cu il tarixli 271 sayılı əmrinə əsasən qrif verilmiş "Beynəlxalq kommersiya işi" fənninin proqramına uyğun surətdə yazılmışdır.

Həmin dərsləyin tərtibi və yazılışı respublikamızda ilk təşəbbüsdür. Əlbəttə, bu baxımdan əsər nöqsansız deyildir. Oxucularımızdan bu barədə fikir və təkliflərini bu ünvana göndərmələrini xahiş edirik:

Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti. "Marketinq və ticarət" kafedrası. Öncədən öz minnətdarlığımızı bildiririk.

"BEYNƏLXALQ TİCARƏT İŞİ" KURSUNUN PREDMETİ VƏ METODU

Beynəlxalq ticarət işi ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsinin təşkili və texnikası ilə bağlı nəzəri və əməli biliklərin əsas sahəsidir. O, maddi dəyərlərin və xidmətlərin beynəlxalq məkanda mübadiləsinin çoxcəhətli iqtisadi-sosial və əməli məsələlərinin həllini xarakterizə edir. Bununla bağlı beynəlxalq miqyasda mübadiləni başa çatdırıb tamamlamaq üçün bir-birilə qarşılıqlı əlaqədə olan aşağıdakı fəaliyyətləri həyata keçirmək lazım gəlir: əvvəla, gərəkli və faydalı alıcı, yaxud satıcı tapmaq; onunla sövdələşib mal-maddi dəyərləri, onların miqdarını, keyfiyyətini, son qiymətini, göndərilməsi müddətini, vaxtını və s. hökmən göstərmək şərtilə müqavilə bağlamaq; həmin müqavilənin qüvvədə qalan beynəlxalq hüquqi qanunların tələblərinə əməl olunması şərtilə icrasını təmin etmək.

Məhz, göstərilən bu üç fəaliyyətin qarşılıqlı surətdə reallaşdırılması ticarət xarakteri daşıyır, malların və xidmətlərin bilavasitə mübadiləsi isə ticarət əməliyyatları kimi çıxış edir. Çünki bu əməliyyatlar idarəçilik və təşkilatçılıq fəaliyyəti vasitəsilə reallaşır. Mübadilənin, daha doğrusu, qarşılıqlı ticarət əməliyyatlarının idarə olunması və təşkilinin həyata keçirilməsi, məntiqi nöqtəyindən nəzərdən maddi dəyərlərin və xidmətlərin mübadiləsi proseslərini həyata keçirən, reallaşdıran müxtəlif insanların əmək fəaliyyətlərini təşkil etmək, istiqamətləndirmək və tənzimləmək kimi başa düşülməlidir.

Beynəlxalq ticarət fəaliyyəti əsasən ya müstəqil, ya da iri şirkətlərin tərkibində firma və s. təsərrüfat vahidləri səviyyəsində

həyata keçirilir. Beynəlxalq praktikada firmanın istehlakçılarla iqtisadi münasibətləri məhz ticarət fəaliyyəti vasitəsilə reallaşdırılır. Həmin münasibətlər xarici kontragentlər arasında baş verdikdə, bu tip fəaliyyət firmanın xarici iqtisadi fəaliyyəti kimi qiymətləndirilir və firmanın həm ixrac-idxal əməliyyatlarına, həm də istehsal və satış fəaliyyətinə yönəldilir.

Bir qayda olaraq ticarət fəaliyyəti konkret məhsul növlərinə istiqamətləndirilir. Bu fəaliyyət onun nə vaxt həyata keçirilməsindən asılı olmayaraq, məhsulun istehsalı başlanğıcına qədər olan andan (sifarişlər verilən vaxtdan), yaxud da məhsulun istehsalı tamamlandıqdan sonra başlana bilər.

Beynəlxalq ticarət işi dünya bazarında mübadilə əməliyyatlarının həyata keçirilməsi ilə bağlı vəzifələrin (problemlərin) həllinin təmin edilməsi deməkdir. Bu, eyni zamanda beynəlxalq praktikada yaranmış forma və metodlardan istifadə etməklə, müxtəlif ölkələrin kontragentləri arasında fəaliyyətdir. Beləliklə, ticarət işinin məzmunu malların, xidmətlərin, elmi-texniki və istehsal əməkdaşlığının beynəlxalq ticarət əməliyyatları aparmaq yolu ilə beynəlxalq mübadilənin başa çatdırılmasıdır.

Göründüyü kimi, beynəlxalq ticarət işinin predmeti dünya məkanında iqtisadi münasibətlərin həyata keçirilməsində beynəlxalq ticarətin iqtisadi qanunauyğunluqlarından irəli gələn nəzəri və praktiki cəhətlərin öyrənilməsindən ibarətdir. Bununla əlaqədar olaraq beynəlxalq ticarət işi ümumi dünya məhsullarının tədaviyi sahəsində beynəlxalq və məmləkətlərdaxili təşkilatların, firmaların (müəssisələrin) praktiki həyatında ticarət fəaliyyətini və ondan istifadə edilməsinin konkret formalarını, habelə beynəlxalq tədavi dairəsi ilə bağlı olan və həmin dairedə baş verən iqtisadi-sosial

münasibətləri öyrənir.

"Beynəlxalq ticarət işi" predmetinin tədqiqatı və öyrənilməsinin spesifik cəhətləri ilə əlaqədar olaraq, onun mənimsənilməsinin ümumi və xüsusi metodları vardır. Bunun ümumi cəhəti digər elmlərdə və konkret fənlərdə olduğu kimi, dialektik metodun müddəalarının əsas kimi götürülməsidir. Həmin metodun konkret cəhətləri isə ticarət hadisələri və kateqoriyalarına qarşılıqlı tarixi və məntiqi əlaqədə baxılmasından, bu sahədə baş verən kəmiyyət və keyfiyyət dəyişikliklərinin öyrənilməsindən ibarətdir. Beynəlxalq ticarət işini öyrənərkən aparılan sistemli təhlilin nəticələri inandırıcı surətdə göstərir ki, ayrıca götürülmüş hər hansı bir hadisəni ictimai-iqtisadi hadisələrin məcmuyundan kənarında nəzərdən keçirmək, öyrənmək çətin işdir.

"Beynəlxalq ticarət işi" kursuna aid məsələlər aşağıdakı ardıcılıqla öyrənilir: beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının mahiyyəti; bazar tədqiqatlarının məzmunu və aparılması metodları; idxal-ixrac əməliyyatlarının tənzimi və statistik uçotunun əhəmiyyəti; kontragentlər arasında birbaşa əlaqələr şəraitində beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin (sazişlərinin) üsulları və hazırlanması texnikası; beynəlxalq alqı-satqı müqavilələrinin (kontraktlarının) məzmunu, növləri və icrası; beynəlxalq qarşılıqlı əməliyyatlar; dünya bazarında ticarət-vasitəçi həlqəsinin köməyi ilə (vasitəsilə) ticarət fəaliyyəti; beynəlxalq mal birjalarında, hərrac və torqlarda ticarət fəaliyyətinin təşkili, idarə edilməsi və texnikası; reklam və sərgi işləri; beynəlxalq texnologiya mübadiləsinin metodoloji əsasları; beynəlxalq lisenziyalar və mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsi; beynəlxalq icarə və turizm üzrə ticarət əməliyyatları; beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələrin əsas növləri və onların təşkili formaları;

ticarət-iqtisadi münasibətlərin inkişafında beynəlxalq istehsal kooperasiyasının əhəmiyyəti; beynəlxalq müqavilələr və sənaye obyektlərinin tikilməsi üzrə firmaların birgə fəaliyyətinin təşkili; istehsal üzrə beynəlxalq xidmətlər; firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin tənzimlənməsi və onlara yardım göstərilməsi sahəsində dövlət orqanları və təşkilatları və s. Bu məsələlərin hamısı beynəlxalq əməkdaşlığın, beynəlxalq iqtisadi və sosial münasibətlərin obyektiv tələblərindən irəli gəlir və öyrənilir.

"Beynəlxalq ticarət işi"ni digər fənlərdən təcrid olunmuş halda mənimsəmək qeyri-mümkündür. Bunun üçün öncədən onunla bağlı olan və onu əsaslandırان bir sıra digər fənlər barədə, o cümlədən iqtisadi nəzəriyyə, fəlsəfə, beynəlxalq hüquq, beynəlxalq iqtisadi münasibətlər, beynəlxalq ticarət və marketinq, beynəlxalq statistika, beynəlxalq maliyyə və uçot, eləcə də, bir çox fənlər haqqında lazımi təsəvvür olmalıdır.

FƏSİL I. BEYNƏLXALQ TİCARƏT ƏMƏLİYYATLARININ İQTİSADI MAHİYYƏTİ

§ 1. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının növləri

Beynəlxalq ticarət əməliyyatları mahiyyətinə görə iki qrupa ayrılır: əsas və əlavə əməliyyatlar.

Əsas əməliyyatlara bilavasitə həmin əməliyyatların iştirakçıları (müxtəlif ölkələrin kontragentləri) arasında qarşılıqlı ödəniş şərtlə ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsi, əlavə əməliyyatlara isə malların (yüklün) satıcıdan alıcıya qədər yeridilişilə bağlı olan ticarət əməliyyatları aiddir.

Əsas ticarət əməliyyatları aşağıdakılardır:

- malların mübadiləsi (alqı-satqı) üzrə ticarət əməliyyatları (idxalat və ixracat);
- patent, lisenziya və "Nou-hau" formasında elmi-texniki biliklərin mübadiləsi;
- icarə üzrə ticarət əməliyyatları;
- beynəlxalq informasiyalar və idarəetmənin təkmilləşdirilməsi sahəsində məsləhət xidmətləri üzrə ticarət əməliyyatları;
- kino-filmələrin, teleproqramların mübadiləsi üzrə əməliyyatlar.

Əlavə ticarət əməliyyatları aşağıdakılardır (bu əməliyyatlar beynəlxalq mal dövriyyəsinə təmin edir və "mal yeridilişi əməliyyatları" adını alır):

- beynəlxalq yüklərin daşınması əməliyyatları;
- nəqliyyat-ekspeditor əməliyyatları;
- beynəlxalq yükdaşıma prosesində malların qorunması üzrə əməliyyatlar;

- yüklərin sığortası əməliyyatları;
- beynəlxalq hesablaşmaların aparılması üzrə əməliyyatlar.

Beynəlxalq ticarət işinin spesifik sferası olan istehsal və elmi-texniki əməkdaşlıq sahəsi xüsusi diqqət kəsb edir. Çünki bu əməkdaşlıq müəyyən təşkilati-idarəetmə fəaliyyətinin nəticələri kimi çıxış edir. Təşkilati-idarəetmə əməliyyatının əsas məqsədi isə aşağıdakı sövdələşmələrin (sazişlərin) bağlanması ilə nəticələnir: a) istehsalın ixtisaslaşdırılması və kooperasiyalaşdırılması barədə; b) obyektlərin və onların istismarının birgə tikintisinin təşkilinə dair; v) mal və mal-material dəyərinin ödənilməsi şərti ilə iri sənaye obyektlərinə göndərilməsinə dair; q) elmi-tədqiqatlar sahəsində kooperasiya barədə və s.

Bu sövdələşmələr beynəlxalq ticarət sazişləri (müqavilələri) əsasında realizə olunur. Beləliklə, "beynəlxalq ticarət" anlayışına təkcə maddi və xidmətlərin dəyərləri üzrə əməliyyatlar deyil, eyni zamanda beynəlxalq ticarət yolları (üsulları) vasitəsilə realizə olunan ticarət-iqtisadi fəaliyyətin digər növləri də aid edilir. Beynəlxalq ticarət - iqtisadi münasibətlər mexanizmindən isə effektiv istifadə edilməlidir. Bu məqsədlə, əvvəla, yüksək bilik səviyyəsinə malik olmalı və vətən müəssisələrindən, birliklərindən, xarici ticarət təşkilatlarından bacarıqla istifadə etməli, xarici kontragentlərlə ticarət əməliyyatları sahəsində böyük səriştə və təcrübə olmalıdır; ikincisi, əsas və təminatçı əməliyyatlara xüsusi diqqət yetirilməli və bu, ticarət işinin bütün incəlikləri ilə əlaqələndirilməlidir; üçüncüsü, xarici firmalarla istehsal, ticarət-iqtisadi və elmi-texniki əlaqələrin inkişafından irəli gələn başlıca üstünlüklərdən səmərəli istifadə olunmalı; dördüncüsü, müxtəlif mallar və xidmətlər üzrə beynəlxalq ticarət metodları və formaları

hərtərəfli və bacarıqla tətbiq edilməlidir.

Bazarda ən iri beynəlxalq firmaların idarə olunmasını, təşkilati strukturunu və xarakterini, onların ticarət fəaliyyətinin aparılması praktikasını lazımınca bilmək daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bunlar xarici firmalarla düzgün və faydalı ticarət əməliyyatlarının aparılmasına hazırlıq üçün ciddi təhlil edilməsini və onları dəqiq öyrənməyi qarşıya qoyur.

Ümumiyyətlə, beynəlxalq ticarət işini öyrənmək üçün aşağıdakı məsələlərin ardıcıl nəzərdən keçirilməsi zəruridir:

1. Beynəlxalq ticarətin yeni formaları və metodları.
2. Ticarət əməliyyatlarının aparılması texnikası, o cümlədən alqı-satqı kontraktlarının (müqavilələrinin) bağlanmasına hazırlıq, onların məzmunu və icra edilməsi.
3. Ticarət-vasitəçi həlqəsinin funksiyaları, dünya bazarında ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsində onun rolu, ticarət vasitəçilərilə bağlanılacaq müqavilələrin məzmunu.
4. Beynəlxalq birja ticarəti, beynəlxalq hərraclar, torqlar, yarmarkalar və sərgilər üzrə ticarət əməliyyatlarının təşkili və texnikası.
5. Elmi-texniki biliklər və digər xidmətlər üzrə beynəlxalq ticarətin təşkili; patentlər, lisenziyalar, texniki xidmətlər (injiniring tipində), beynəlxalq icarə və turizm üzrə əməliyyatların aparılması texnikası.
6. Xarici firmaların beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələrinin təşkili; beynəlxalq istehsal kooperasiyasının və son məhsulun birgə istehsalının xüsusiyyətləri.
7. Dövlət-inhisarçı tənzimləmənin əsas formaları və vasitələri, firmaların xarici iqtisadi fəaliyyətinə kömək.

8. Beynəlxalq əlaqələrin inkişafına kömək yolları və vasitələri.

§ 2. Beynəlxalq ticarət sövdələşmələri: anlayışı, məzmunu, mahiyyəti

Beynəlxalq ticarət sövdələşmələri dedikdə, müxtəlif ölkələrin iki və bir neçə tərəfləri arasında kəmiyyəti və keyfiyyəti müəyyənləşdirilmiş mal vahidləri, yaxud xidmətlər üzrə müqavilələrin (sazişlərin) bağlanması nəzərdə tutulur. Həmin müqavilə və sazişlərin beynəlxalq xarakteri subyektlərin, yəni tərəflərin müxtəlif ölkələrdə olmasından irəli gəlir. Tərəflər müxtəlif dövlətlərə məxsus olsalar da belə, əgər onların müəssisələri (firmaları) bir dövlətin ərazisində yerləşibsə, onda bağlanılan müqavilə beynəlxalq hesab olunacaqdır. Eyni zamanda, müqavilə həm də bu zaman beynəlxalq müqavilə kimi tanınar ki, əgər o, yəni müqavilə bir dövlət daxilində fəaliyyət göstərən iki və daha çox xarici tərəflər arasında bağlanılsın, onların ticarət müəssisələri, firmaları isə xarici ölkələrdə yerləşmiş olsun. Müqavilənin bu cür təsviri BMT-nin beynəlxalq alqı-satqı barəsindəki konvensiyasında verilmişdir (Vyana Konvensiyası 1980-ci il). 1985-ci ildə isə bu, yenidən Haaqa Konvensiyasında şərh edilmişdir.

Ticarət sövdələşmələrində tərəflər sahibkarların xüsusi kateqoriyalarına aid edilir və tacir adlanırlar. Onların fəaliyyətləri çox hallarda xüsusi qaydaya tabe etdirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu qayda sazişlərin bağlanmasında formalizmi (rəsmiyyətçiliyi) ləngidir, işgüzar yanaşmanı tələb edir.

Beynəlxalq ticarət fəaliyyəti təcrübəsində də milli ticarətdə olduğu kimi, mal vahidi dedikdə bir növ malın ayrı-ayrılıqda

miqdarı (sayı) başa düşülür. Mal dəsti (mal partiyası) isə bir məntəqədən, məmləkətdən (malgöndərəndən) digər məntəqəyə (mal alana) daşınması nəzərdə tutulan bir və yaxud bir neçə mal vahidlərinin məcmu miqdarıdır.

Beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin xarakterik cəhətləri Müasir şəraitdə beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin xüsusi cəhəti bundan ibarətdir ki, bu sövdələşmələr beynəlxalq maddi istehsal və elmi-texniki əməkdaş-

lıqdan yaranmış əlaqələri əks etdirir. Bu əlaqələr aşağıdakı mühüm cəhətlərlə xarakterizə olunur:

1. Beynəlxalq mal dövriyyəsinə daxil olan məhsulların siyahısının (nomenklaturanın) əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirilməsi, dəyişdirilməsi və çeşidinin yaxşılaşdırılması.
2. Bütövlükdə müəssisələrə dəst avadanlıq göndərmək (satmaq) üçün sazişin kompleks xarakteri. Bu cür sazişlərdə maşın, avadanlıq, material və xidmətlərin dəsti nəzərdə tutulur. Həmin xidmətlər isə mühəndis işlərindən, infrastrukturun inkişafına dair xidmətlərdən və s. ibarətdir.
3. Sövdələşmələrin miqyasının artması. Burada ayrı-ayrı mallar üzrə alqı-satqı miqyasında deyil, iqtisadi əməkdaşlıq üzrə iri həcmli sövdələşmələrdən (sazişlərdən) söhbət gedir.
4. Müəssisənin tikilməsi üzrə bütün kompleks işlərin - layihə sənədlərindən tutmuş, müəssisənin işə salınması üçün layihələşdirilən bütün göstəricilərə nail olunanadək öhdəliklərin satıcı tərəfindən öz üzərinə götürməsi praktikasının genişləndirilməsi.
5. Konsorsiumlar yaratmaq yolu ilə müxtəlif ölkələrin şirkətləri

tərəfindən birgə irimiqyaslı razılaşmaların (sazişlərin) həyata keçirilməsi. Bu halda sazişin bağlanması əsas tərəf kimi aparıcı şirkət çıxış edir.

Beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin (sazişlərinin) mühüm cəhəti həm də onların məqsədyönlü olmasıdır. Məqsədyönlü fəaliyyət həm milli, həm də xarici konkret istehlakçıya yön tutması deməkdir. Bu istehsalçıya (satıcıya) onun vasitəçi xidmətindən istifadə etmədiyinə görə adətən malın göndərilməsi döyərindən 30 faizədək qənaət verir. Həm də müəyyən bir konkret istehlakçıya yön tutma istehsalçının xammal, materiallar, komponentlər göndərmələri ilə bilavasitə və uzunmüddətli əlaqələrdə olmasına şərait yaradır ki, bu da vaxtılı-vaxtında lazımı məhsulların istehsalını təmin etsin.

Müasir şəraitdə beynəlxalq əlaqələrin aşağıdakı formaları geniş yayılmışdır: birgə elmi fəaliyyət; istehlakçılara texniki məsləhət; yeni məmulatların nümunələrinin hazırlanıb işə salınması proseslərində təşəbbüskar sifətində sifarişçilərin iştirakı və i.ə.

Malların beynəlxalq alqı-satqı müqavilələri Hələlik müasir iqtisadçılar dünyası beynəlxalq alqı-satqı aləmində iki iri-həcmli konvensiyanın şahidi olmuşlar.

barədə konvensiyalar Bunlardan biri malların alqı-satqısı üzrə, digəri isə müqavilələrə tətbiq olunan hüquqi məsələlərə dair konvensiyadır. Bunların hər ikisini qısa şəkildə nəzərdən keçirək:

1. Malların beynəlxalq alqı-satqısı üzrə müqavilələrə dair konvensiya. Bu konvensiya 1996-cı ildə BMT-nin müqavilələrin hüquqliliyinə dair təşkil etdiyi Komissiya tərəfindən işlənilib hazırlanmışdır (1980-ci ildə BMT-nin xüsusi konfransında). Konfrans

Vyana şəhərində keçirildiyi üçün o Vyana Konvensiyası adlandırılmışdır. Konfransda 62 ölkə, o cümlədən 22 sənayecə inkişaf etmiş, 29 inkişaf etməkdə olan və digər ölkələr iştirak etmişlər. Konvensiyanın iştirakçıları isə 30 ölkə idi. Sabiq SSRİ həmin konvensiyaya SSRİ Ali Sovetinin xüsusi qərarı ilə 1990-cı ildə qoşulmuşdur.

Beynəlxalq alqı-satqı müqavilələrinə dair konvensiya dünya miqyasında alqı-satqı proseslərinin unifikasiya olunmuş (vahid şəkildə salınmış) qayda-qanunlarını tənzimləyir. Bu qayda-qanunlar müxtəlif ictimai, iqtisadi və hüquqi sistemlərə malik olan bir çox ölkələr üçün münasib idi və beynəlxalq ticarətdə hüquqi maneələri aradan götürə bilirdi.

Konvensiya normativ xarakter daşıyır. Başqa sözlə, konvensiyada nəzərdə tutulan əsasnamə hüquqi normaları əks etdirir. Bu o deməkdir ki, müqavilədə iştirak edən tərəflər konvensiyanın hər hansı bir müddəasını qəbul etməyə, hətta onu dəyişə də bilərlər. Konvensiya ancaq beynəlxalq xarakter daşıyan müqavilələrə tətbiq edilir.

Vyana Konvensiyasının məqsədi beynəlxalq alqı-satqını tənzim edən milli qanunçuluğun unifikasiyasına (vahid şəkildə salınmasına) kömək göstərməkdir. Konvensiya əsasən aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- mallar üzrə beynəlxalq alqı-satqı müqavilələrinin bağlanması və istifadə edilməsini eyni formada tənzimləyir;
- kommersiya danışıqlarının tezləşdirilməsinə, asanlaşdırılmasına və ucuzlaşdırılmasına kömək göstərir;
- müqavilə tərəflərinin bir-birinin hüquq və vəzifələrini bir mənalı başa düşmələri üçün ilkin şərt yaradır;
- daha güclü tərəf-müqabil (partnyor) tərəfindən müqaviləyə

özü üçün daha əlverişli şərtlərin digər tərəfə zorla qəbul etdirməsi hallarının aradan götürülməsinə imkan yaradır;

- müqavilə üzrə satıcının və alıcının əsas öhdəliklərini müəyyənləşdirir;

- konvensiyada iştirak etməyən dövlətlər arasında müqavilə mübahisəsi (münaqişəsi) baş verdikdə, müqavilə tərəfləri (subyektləri) və müqavilə predmetləri (obyektləri) üzrə münasibətləri qaydaya sahr;

- alqı-satqı müqaviləsinin obyektlərinin (malların) siyahısını müəyyən edir;

- konvensiyanın aid olmadığı ölkələr üçün alqı-satqı müqaviləsinin nişanələrini (əlamətlərini) müəyyənləşdirir.

Vyana konvensiyası 101 maddəni əhatə etməklə dörd hissədən ibarətdir: birincisi, tətbiqi sfera və ümumi müddəalar; ikincisi, müqavilənin bağlanması; üçüncüsü, malın alqı-satqısı; dördüncüsü, son müddəa.

II. Beynəlxalq alqı-satqı müqavilələrinə tətbiq edilən hüquqi qaydalara dair konvensiya. Bu konvensiya yuxarıda göstərilədiyi kimi, Haaqa konvensiyası adlanır. Yeni konvensiya 1985-ci ildə Haaqada beynəlxalq xüsusi hüquq konfransının sessiyasında qəbul olunmuşdur. Sessiyanın işində 62 dövlət iştirak edirdi. Bu konfransın məqsədi 1955-ci ildə Haaqa konfransında qəbul olunmuş və artıq köhnəlmiş konvensiyaya yenidən baxılması məqsədini qarşıya qoymuşdur. 1985-ci il konvensiyası isə 1980-ci ildə qismən Vyana konvensiyasına bəzi əlavələr edilməsini də nəzərdə tuturdu. Bundan əlavə, həmin konvensiya (1985-ci il) birmənalı vahid maddi-hüquqi qayda-qanunlarla tənzimlənməyən hüquqi kollizion (toqquşan, bir-birinə zidd olan) qaydaların unifikasiyası

(bir şəkilə salınması) barədə əsasnamə hazırladı. Konvensiya həm də universal xarakter daşıyırdı. Belə ki, o, həm iştirakçı dövlətlərə, həm də beynəlxalq müqavilə ilə bağlı olan, lakin konvensiyada iştirak etməyən dövlətlərə tətbiq edilir.

Haaqa konvensiyasının əsas müddəaları aşağıdakılardır:

- 1.Vyana konvensiyasına uyğun gələn və cüzi dəyişikliklər edilməklə malların alqı-satqı müqavilələrinin beynəlxalq xarakterinin müəyyən edilməsi;
- 2.Ayrı-ayrı növ malların (şəxsi istehlak malları) beynəlxalq alqı-satqı sferasına tətbiq edilməsindən kənarlaşdırılması.
- 3.Vyana konvensiyasından fərqli olaraq, beynəlxalq alqı-satqı sferasına hərəc və birja mallarının, elektrik enerjisinin və s. daxil edilməsi.
- 4.Müqavilənin tənzimlənməsində köməyə gələn hüquqların müəyyənləşdirilməsi.

Alqı-satqı müqaviləsinə tətbiq olunan hüquq Haaqa konvensiyasına uyğun surətdə, aşağıdakıları tənzimləyir: müqavilənin şərhini; tərəflərin hüquq və vəzifələrini və müqavilənin icrasını; alıcının mallardan götürəcəyi nəticə və gəlirlərin ilkin şərtlərini; mallara görə alıcı riskinin ilkin şərtləri; mülkiyyətçilik hüququnun saxlanılmasına dair təhmin (düzəlişin) tərəflər üçün həqiqiliyi və nəticələri; müqavilənin yerinə yetirilməsi aqibəti; təhüddlərin ödənməsi üsullarını; iddia müddəti və müqavilənin öz qüvvəsini itirməsi müddətini və i.a.

§ 3. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının subyekti olan kontragentlərin təsnifatı

Beynəlxalq ticarətdə kontragent malların alqı-satqısı və müxtəlif xidmətlər üzrə müqavilə münasibətlərində iştirak edən tərəflərə deyilir. Dünya bazarında çıxış edən kontragentlərin fəaliyyətlərinin məqsəd və xarakterindən asılı olaraq dörd kateqoriyaya ayırmaq olar:

I kateqoriya - firmalar;

II kateqoriya - sahibkarlar ittifaqı;

III kateqoriya - dövlət orqanları (nazirliklər və idarələr);

IV kateqoriya - BMT sisteminin beynəlxalq iqtisadi təşkilatları.

Hər bir kateqoriyaya aid kontragentlərin özünə xas olan xarakterik cəhətləri vardır.

Firmalar. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının çox hissəsi firmalar tərəfindən həyata keçirilir. Dünya təcrübəsində "firma" termini ticarət məqsədi daşıyan kontragentlərə şamil edilir. Firma dedikdə sənaye, ticarət, tikinti, mənfəət əldə etmək məqsədilə kənd təsərrüfatı subyektləri, xidmət və s. sahələr üzrə ticarət fəaliyyətində bulunan müəssisələr başa düşülür. Hər bir firma özünə müəyyən bir ad qoyur. Bu adla o, öz bölgəsinin xüsusi siyahısında qeydə alınır. Adətən, firmanın adı onun bir və yaxud bir neçə sahibinin adı və soyu ilə (məsələn, "Kupp", "Ford", "Dadaşov qardaşları"), yaxud da firmanın fəaliyyət xarakterini əks etdirən ifadələrlə ("General motors", "Koka-kola" və s.), adlarla ifadə olunur. Firmanın adı məktubların xüsusi blankında, hesablarda, mətbuatda mal nişanələrində, reklamda və s. göstərilir. Dü-

nya bazarında çıxış edən firmalar aşağıdakı xarakterik cəhətlərinə görə fərqləndirilir: a) təsərrüfat fəaliyyətinə və yerinə yetirdiyi əməliyyatlar üzrə; b) hüquqi vəziyyətinə görə; v) mülkiyyətin xarakterinə görə; q) kapitalın və nəzarətin mənsubiyyətinə görə; ğ) fəaliyyət dairəsinə görə.

Ümumiyyətlə, firmalar konkret olaraq aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

1. Təsərrüfat fəaliyyətinin növünə və iş xarakterinə görə onlar aşağıdakı kimi fərqləndirilir.

a) *Sənaye firmaları*. Bu növ firmaların dövriyyəsinin 50%-dən çoxu sənaye istehsalının payına düşməlidir; onların nəhəng təmərgüzləşməsi və beynəlmilliləşdirilməsi nəticəsində transmilli korporasiyalar, şirkətlər yaranır. Məsələn, "Koka-kola", "Françayzinq" və s. Bunlara dair ABŞ, Almaniya, İngiltərə, Yaponiya və bir neçə digər inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrinin nəhəng firmalarını da misal gətirmək olar.

b) *Ticarət firmaları (ticarət cvi)*. Əsasən alqı-satqı ilə məşğul olurlar. Bundan əlavə, başqa xidmətlər də onların funksiyalarına daxildir. Ticarət firması ya iri sənaye şirkətləri sisteminə (tərkibinə) daxil olur, ya da müstəqil fəaliyyət göstərir. Ticarət firmaları ticarət-vasitəçi funksiyalarını da yerinə yetirə bilərlər.

v) *Nəqliyyat firmaları*. Bu firmalar beynəlxalq yükdaşıma funksiyasını yerinə yetirirlər. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

- dəniz (su nəqliyyatı). Beynəlxalq ticarətdə onun təmərküzləşmiş iri xətti - gəmiçilik şirkəti də olur. Məsələn, Yaponiyada bu cür 6 şirkət vardır. İngiltərədə dəniz-yük daşınması işlərinin 80%-i bu növ gəmiçiliyin payına düşür. Fransada 3 şirkət dəniz yükdaşımalarının 45%-ni, Almaniyada 3 şirkət 20%-ni əhatə edir:

- Hava yükdaşımaları;

- Dəmir yolu;

- Avtonəqliyyat;

- Nəqliyyat-ekspeditor firmaları. Bu növ firma iri sənaye, ticarət firmalarının tapşırığı ilə malı satıcıya çatdırır. Firma yükdaşıma ilə bağlı bütün əməliyyatlara, hətta yükün dəyərinin ödənilməsinə də cavabdehlik daşıyır;

- Sığorta firmaları.

2. Hüquqi mövqələrinə görə firmaların təsnifatı.

Firmanın hüquqi mövqeyi öz məmləkətinin ticarət və mülki qanunları ilə müəyyən edilir. Bu da hökmən qeydiyyatdan keçir və "hüquqi şəxs" statusu alır. Xarici kontragentlə saziş bağlayarkən onun statusu və iqtisadi-təsərrüfat hüquqları öyrənilməlidir. Bütün firmalar hüquqi mövqeyinə görə iki qrupa ayrılır:

- təkbaşına idarə olunan firma (buraya bir nəfərin və yaxud bir ailənin mülkiyyəti daxildir);

- sahibkarlar birliyi firması (bu növ birlik iki və daha çox sahibkardan ibarətdir. Birliyin təşkil olunmasında məqsəd, əvvəla, sahibkarların kapitalını təmərküzləşdirməkdən, ikincisi isə firmanın işinin aparılmasında onların hər birinin iştirakını təmin etməkdən ibarətdir).

Sahibkarlar birliyi firması aşağıdakı növlərə ayrılır:

- *Tam şəriklik* əsasında yaradılan firmalar. Bu növ firmalar, əsasən, geniş yayılmışdır. Kooperativ formasında yaradılır. Əsasən kiçik və orta müəssisələr şəklində iki və daha çox iştirakçıdan ibarətdir.

- *Kommandit yoldaşlığı şərikliyi*. Bu da iki, yaxud bir neçə sahibkarı birləşdirir. Bunlardan bir neçəsi şirkətin işinə məsuliyyət

daşıyır, qalanları isə ancaq öz "payı" ilə iştirak edir. Kommanditin bir forması kimi "məhdud məsuliyyətlik cəmiyyəti" də olur. Onun iştirakçıları kimi, əsasən yaxın və yaxud qohum adamlar nəzərdə tutulur.

- *Səhmdarlar birliyi*. Təşkilati baxımdan onların bəzi fərqləri vardır. Məsələn, ABŞ-da birliyin (yoldaşlığın) iki növü olur: yoldaşlıq və korporasiya.

İngiltərədə də birliyin iki növü vardır: "Məhdud məsuliyyətlik birliyi"; "Qeyri-məhdud məsuliyyətlik birliyi".

3. Mülkiyyətin xarakterinə görə firmalar. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

- *Xüsusi firmalar*. Bunlar ya müstəqil fəaliyyət göstərir, ya da inhisar birliklərinin tərkibinə daxil olurlar. İnhisar birlikləri məqsəd və təsərrüfat münasibətlərinin xarakterinə görə təcrübədə müxtəlif adlar daşıyır. Məsələn, kartel, sindikat, trest, konsern, xolding, maliyyə qrupu və s. Bunların xarakterik cəhətlərinə nəzər yetirək:

- *Kartel* bir sahənin firmalarını birləşdirir. Firmalar birgə ticarət siyasəti aparırlar. Məsələn, satışın tənziimi. Kartelin təsərrüfat-maliyyə hüquqları genişdir.

- *Sindikata* kartel tipli saziş formalarından biri. Özünün, yəni sindikatanın iştirakçılarının (firmalarının) məhsullarını vahid satış orqanı vasitəsilə həyata keçirir.

- *Trest*. Əvvəllər müxtəlif sahibkarlara mənsub olan müəssisələr birləşib iri inhisar birliyi yaradırlar. İri istehsal kompleksini təşkil etməklə trestə daxil olan müəssisələr birbaşa əsas şirkətə tabe etdirilir.

- *Konsern*. Müstəqil müəssisələr birliyi. Burada müəssisə-

lər iştirak etmə, patent-lisenziya sazişləri, maliyyələşdirmə və bu kimi sıx istehsal münasibətləri ilə bağlıdır.

- *Xolding*. Son vaxtlar geniş yayılmışdır. Özləri istehsal (ticarət) fəaliyyətilə məşğul olurlar. Ancaq ona daxil olan müəssisələrin (firmaların) fəaliyyətinə nəzarət edirlər.

- *Maliyyə qrupu* hüquqi və təsərrüfat müstəqilliyi olan bir neçə sahə müəssisələrini birləşdirir. Məsələn, sənaye-maliyyə; ticarət-maliyyə, nəqliyyat-maliyyə.

4. Kapital və nəzarət mənsubiyyətinə görə firmalar. Bunlar isə aşağıdakı kimi fərqləndirilir:

- milli firmalar;
- xarici firmalar;
- qarışıq firmalar.

5. Fəaliyyət dairəsinə görə firmalar. Bunlar milli və beynəlxalq firmalara ayrılır. Belə firmaların istehsal və ticarət fəaliyyəti bütün xarici ölkələrə yayıla bilər. Öz kapitalına və nəzarət olunmasına görə bu növ firmalar milli olurlar. Onların xaricdəki şöbəsi, xüsusən "qız" müəssisəsi həm istehsal edir, ticarət işi ilə məşğul olur, həm də "ana" müəssisəni xammal və s. materiallarla təchiz edir. "Qız" müəssisəsi (firmaları) hüquqi şəxs olurlar.

Sahibkarlar ittifaqı. Bu, ayrı-ayrı qrup biznesmenlərin birliyi. Sahibkarlıq ittifaqı firmalardan onunla fərqlənir ki, onların məqsədləri bilavasitə mənfəət götürmək deyil, hökumət orqanlarında həmin ittifaqa daxil olan iş adamı qruplarının maraqlarını təmsil etmək və ixracatın genişləndirilməsində xüsusi sahibkarlara yardım göstərməkdir. Bundan əlavə, ittifaqın rəsmi məqsədi müəyyən ümumsahə dairələri fəaliyyətlərini işləyib hazırlamaq və razılaşdırmaqdır (məsələn, məhsulun standartlaşdırılması, məslə-

hət xidmətlərinin təşkili, kadr hazırlığı, sahəvi statistikamın aparılması və s.)

Sahibkarlar ittifaqı assosiasiyalar, federasiyalar, sovetlər və bu kimi s. formalarda yaradılır. Formal cəhətdən bazara və qiymətlərə təsirinə məqsədi güdmürlər. Lakin təcrübədə onlar kartel funksiyalarını yerinə yetirirlər, bəzi hallarda isə nəinki təsir sferasını diktə etməklə, yaxud bölüşdürməklə, hətta ittifaqın iştirakçılarında kvotlar qoymaqla onların istehsal və ticarət məsələlərinə müdaxilə edirlər.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, sahibkarlar birliyinin çoxu beynəlxalq ticarət əməliyyatları keçirmirlər və deməli, xarici bazarlarda kontragent sifətində çıxış etmirlər, bəzi dünya regionlarından, o cümlədən Skandinaviya ölkələrindən, Zaqafqaziyadan və bu digər ölkələrdən başqa. Fəqət, bu qəbildən olan bir neçə ölkənin sahəvi sahibkarlar ittifaqı, o cümlədən Finlandiyanın, Fransanın, Kanadanın müvafiq ittifaqları inhisar vəziyyətində olduqları məhsullar üzrə geniş miqyaslı ixracatçı kimi kontragent sifətində də fəaliyyətdə bulunurlar. Buraya meşə materialları ixracatçısı Finlandiyanı aid etmək olar. Bunlardan "Kağız və karton istehsal edən Finlandiya fabrikləri ittifaqı"nı, Finlandiya "Meşə taxta-şalban zavodları sahibkarlar ittifaqı"nı, "İsveçrə kağız fabrikləri birliyi"ni və s. göstərmək olar.

Xarici bazara çıxış hüququ olan dövlət orqanları və təşkilatları

Dövlət orqanları (nazirliklər, idarələr) və təşkilatları dünya bazarında çıxış edən kontragentlərin üçüncü kateqoriyasına aid edilirlər. Dövlət firmalarından fərqli olaraq, onlar bir qayda olaraq, ticarət məqsədləri güdürlər. Dünya bazarında ticarət əməliyyatlarında

ancaq öz ölkəsinin razılığını alan dövlət orqanları və təşkilatları iştirak edə bilərlər. Xarici bazara çıxış hüququ olan ən çox dövlət təşkilatları inkişaf etmiş ölkələrdədir. Məsələn, Argentinada taxıl - Taxıl Milli Komitəsi, ət - Ət üzrə Milli Komitə vasitəsilə həyata keçirilir. Həmin ölkənin sosial təminatı və ictimai səhiyyə nazirliyi tibbi dərmanların, alətlərin və avadanlığın 80%-ni öz ölkəsinə idxal edir. Xarici bazarda çıxış edən dövlət orqanlarının xeyli hissəsi Misir Ərəb Respublikasından, Əlcəzairdən, Şri-Lankadan və bu kimi s. inkişaf etmiş Şərq ölkələrindəndir.

Qeyd etmək lazımdır ki, xarici ölkələrə çıxış hüququ olan məmləkətlər elmi-texniki, icarə və bu kimi digər ticarət əməliyyatlarında iştirak edirlər.

Dünya bazarında malların və xidmətlərin beynəlxalq alqı-satqısı üzrə kontragentlər sifətində çıxış edən BMT sisteminin ixtisaslaşmış idarələri BMT sisteminin Kontragentlər sifətində çıxış edən bu idarələr dünya bazarında kifayət qədər iri alıcı sifətində çıxış etməyə başladılar. Məsələn, İntestisiya obyektlərinin tikintisini həyata keçirən təşkilatlar sırasına PROON və YUNİDO kimilərini aid etmək olar.

PROON 1966-cı ildən fəaliyyət göstərir. Onun çoxcəhətli iqtisadi və texniki yardım göstərmək üzrə xüsusi əməli fəaliyyəti maliyyələşdirmək fondu vardır. Onun maliyyələşdirmə fondu BMT çərçivəsində texniki əməkdaşlıq sistemi iştirakçıları olan dövlətlərdən alınan könüllü üzvlük haqqı hesabına yaradılır. PROON həmin sistem üzrə texniki yardımın həcmi və istiqamətlərini tənzimləyən əsas orqan hesab edilir. Onun pul fondu texniki yardım alan ölkələr arasında bölüşdürülür. PROON texniki

yardımları innovasiya işlərinin aparılması ərəfəsində həyata keçirir, tikintisi isə yardım alan ölkənin hesabına ödənilir. Lakin son zamanlar PROON bir sıra inkişaf etmiş ölkələrdə iri sənaye obyektlərinin tikintisini 10 mln. dollardan artıq məbləğlə özü maliyyələşdirməyə və təşkil etməyə başlamışdır.

Çox hallarda layihələrin bilavasitə icraçısı sifətində BMT sisteminin digər ixtisaslaşdırılmış təşkilatları da çıxış edirlər, o cümlədən:

YUNİSEF - Uşaq fondu - ;

PROON -İnkişaf proqramı - ;

FAO - Beynəlxalq Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı - ;

YUNİDO - Sənaye inkişafı təşkilatı - ;

YUNKTAD - Ticarət və inkişaf üzrə konfrans - ;

YUNEP - Ətraf mühitin qorunması proqramı - ;

YUNESKO - Təhsil, elm və mədəniyyət məsələləri üzrə təşkilat - ;

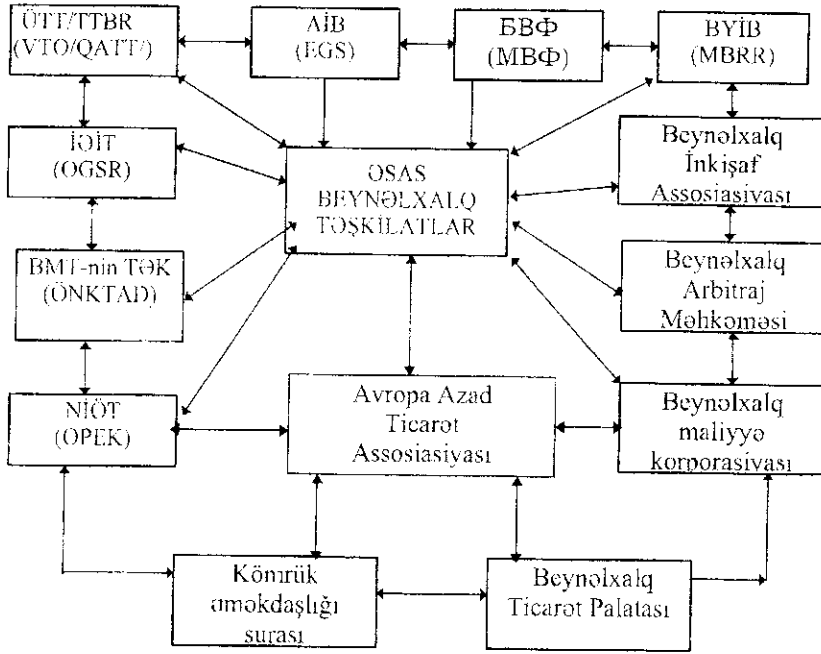
MOT - Beynəlxalq əmək təşkilatı.

Dünya ölkələri üzrə xarici ticarət fəaliyyətini tənzimləyən beynəlxalq təşkilatlar bir-birindən fərqlənən bir çox vacib funksiyaları yerinə yetirirlər. Bu təşkilatların strukturunun sxemi aşağıda verilmişdir (1-ci şəkil):

· Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) - 1947-ci ildə Cenevrədə ABŞ da daxil olmaqla 23 ölkənin iştirakı ilə QATT (General Agreement on Tariffs and Trade) Ticarət və Tariflər haqqında Baş Sazişin imzalanması ilə yaradılmış və 1994-cü ildən bu təşkilat Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) adı altında fəaliyyət göstərir.

Bu gün ÜTT-i dünya ticarətinin 85%-ni əhatə edən 150-dən artıq ölkəni özündə birləşdirən bir təşkilat olmuşdur. Azərbaycan

Respublikası 1997-ci ildən Ümumdünya Ticarət Təşkilatında müşahidəçi statusu ilə iştirak edir.



Şəkil 1. Xarəji iqtisadi fəaliyyət dairəsində əsas beynölxləq təşkilatların təşkilati-idarəetmə strukturu (MDB ölkələrindən başqa).

AİB (Avropa İqtisadi Birliyi) - 1957-ci ildə yaradılmışdır. Roma müqaviləsinə əsasən, bu təşkilata 6 Qərbi Avropa ölkəsi daxil edilmişdir. Sonrakı inkişaf prosesində üzv ölkələrin sayı 15-ə çatmışdır. Aİ-nin fəaliyyəti nəticəsində artıq 60-cı illərdən bəri bu ölkələr arasında vahid kömrük ittifaqı yaradılmış, üçüncü ölkəyə münasibətdə vahid kömrük tarifi müəyyənləşdirilmiş, kömrük rüsumları və qarşılıqlı ticarətdə kəmiyyət məhdudiyətləri ləğv edilmişdir. Bu ölkələrdə faktiki olaraq vahid maliyyə sistemi

fəaliyyət göstərir. Belə ki, Aİ ölkələrindən hər biri bu və ya digər ölkələrdə özlərinin kommersiya banklarının filiallarını açmaq iqtidarındadırlar. 1999-cu ilin yanvar ayının 1-dən bu ölkələrdə vahid valyuta - "avro" tətbiq edilməyə başlanmışdır.

BVF (Beynəlxalq Valyuta Fondu) - 22 iyun 1944-cü ildə Bretton-Vudsda (ABŞ-da) yaradılmış, beynəlxalq ticarətin və valyuta sahəsində əməkdaşlığın inkişafına təsir göstərən dövlətlərarası valyuta-kredit təşkilatı kimi fəaliyyət göstərir. Azərbaycan 18 sentyabr 1992-ci il tarixdən BVF-nin üzvüdür.

BYİB (Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı) - 1944-cü ildə Bretton-Vuds müqaviləsi əsasında yaradılmışdır. BYİB inkişaf etməkdə olan ölkələrdə inkişafın investisiya proqramının həyata keçirilməsi üçün köməklik etmək məqsədi ilə həmin ölkələrə vəsait təklif edir. BYİB dövlətlərarası maliyyə-kredit təşkilatı kimi aşağıdakıları həyata keçirir:

- beynəlxalq ticarətin inkişafına təsir göstərir;
- ödəniş balanslarını dəstəkləyir;
- ölkələrin iqtisadi inkişafını stimullaşdırır.

BYİB-nin üzvləri yalnız o dövlətlər ola bilər ki, hansı ki onlar əvvəlcədən BVF-nin üzvü olsunlar. 1999-cu ilin məlumatına görə, BYİB-nin sıralarına 180-dən çox dövlət daxil olmuşdur. Azərbaycan 1992-ci ildən bu təşkilatın üzvüdür.

İƏİT (İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı) - 1948-ci ildə Avropada müharibə illərindən sonra "Marşall Planı" adı altında amerikalıların iqtisadi və maliyyə köməklərindən səmərəli istifadə etmək məqsədi ilə yaradılmışdır. Faktiki olaraq İƏİT 1961-ci il müvafiq konvensiyanın imzalanmasından sonra təşkil olunmağa başlamışdır. İƏİT-nin əsas məqsədlərinə aşağıdakıları aid etmək

lar:

- optimal iqtisadi inkişaf yollarının axtarılmasına təsir göstərmək;
- üzv olan ölkələrlə maliyyə möhkəmliliyini qoruyub saxlamaqla əhalinin yaşayış səviyyəsini qaldırmaq və məşğulluğunu artırmaq;
- üzv ölkələrin siyasi koordinasiyası vasitəsilə İƏİT regionunda sosial və iqtisadi nailiyyətlərə nail olmaq;
- Avropanın postsosialist və inkişaf etməkdə olan ölkələrə İƏİT-in üzv dövlətlərinin köməklik etməyə razılıqları.

Hal-hazırda 30-dan artıq dövlət İƏİT-in üzvüdür.

BMT-nin YUNKTAD (BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransı) - BMT-nin Baş Assambleyasının orqanı olmaqla beynəlxalq Ticarət Təşkilatı statusuna malik deyildir. Bu təşkilat 1964-cü ildə yaranmış və artıq onun 170-dən çox üzv-ölkəsi vardır. Təşkilatın əsas məqsədi:

- beynəlxalq ticarətin inkişafına təsir göstərmək;
- ölkələrarası bərabərhüquqlu qarşılıqlı mənafə baxımından əməkdaşlığa nail olmaq;
- beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin funksiyalaşdırılması əhəmində müxtəlif təkliflər işləyib hazırlamaq.

Bu təşkilatın əsas ali idarəetmə orqanı ticarət və inkişaf üzrə Şuradır ki, bunun da tərkibinə 6 komitə daxil edilir.

NİÖT (Nəft İxrac edən Ölkələr Təşkilatı) - Dövlətlərarası iqtisadi-siyasi təşkilat olub, 1960-cı ildə Bağdad konfransında yaradılmışdır. Bu təşkilatın əsas nizamnaməsi 5 il keçdikdən sonra Qaracasda qəbul edilmişdir. NİÖT aşağıdakı əsas məqsədləri həyata keçirir:

- üzv-ölkələrin neft siyasətinin koordinasiyasını və unifikasiyasını;

- iştirakçı dövlətlərin maraqlarını qorumaq məqsədi ilə bir qədər səmərəli şəxsi və kollektiv vəsaitlərin təyini;

- dünya neft bazarında qiymətlərin dəyişilməməzliyinin qorunub saxlanması üçün yolların axtarılıb tapılması;

- neft istehsal edən ölkələrin gəlirlərinin möhkəmliliyini təmin etmək;

- ətraf mühitin hərtərəfli qorunması üzrə tədbirlərin keçirilməsi.

Müasir dövrdə NİÖT-un tərkibinə 12 dövlət daxildir: Əlcəzair, Venesuela, Qabon, İndoneziya, İraq, İran, Qatar, Küveyt, Liviya, Nigeriya, BƏƏ, Səudiyyə Ərəbistanı.

BİA (Beynəlxalq İnkişaf Assosiasiyası) - 1960-cı ildə xüsusi olaraq inkişaf etməkdə olan BYİB-nin üzv ölkələrinə güzəştli şərtlərlə kreditlər və istiqrazlar vermək məqsədilə yaradılmışdır.

Assosiasiyanın 4 əsas maliyyə mənbəyi vardır. Bunlara:

- BYİB-nin mənfəəti;

- üzv ölkələrin üzvlük haqları;

- imkanlı üzv-ölkələrin xüsusi üzvlük haqları;

- əvvəl verilmiş kreditlərin qaytarılması.

3 ildə bir dəfə kreditör ölkələr qrupu, hansı ki, 34 ölkəni özündə birləşdirir, Assosiasiyaya əlavə vəsaitlər cəlb etmək məqsədilə özlərinin səlahiyyətli nümayəndələrini bir yerə yığaraq məsləhətləşmələr keçirirlər.

BAM (Beynəlxalq Arbitraj Məhkəməsi) - 1923-cü ildə Paris şəhərində təsdiq edilmişdir. Bu məhkəmənin qərarları məcburi xarakter daşımasa da, burada 1998-ci ildə beynəlxalq ticarətə aid

olan 8 mindən çox işə baxılmışdır.

BMK (Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası) - BMT-nin xüsusişədirilmiş təşkilatı olub, BYİB-nin qrup üzvü keyfiyyətində iştirak edir. Hazırda 160-dan çox dövlət bu korporasiyanın üzvüdür. 1993-cü ildən başlayaraq korporasiya regional strategiyalar işləyib hazırlayır, icra işlərini təkmilləşdirir (xüsusən də, neft, qaz, kimya sənayesi və s.).

Müasir dövrdə BMK-nin kapitalı 700 mln. dollar həcmində qiymətləndirilir ki, bunun da əsasını iştirakçı ölkələrdən üzlük haqqı, BYİB-nin kreditləri, mənfəətdən ayırmalar və həmçinin geri qaytarılan kreditlər və s. vəsaitlər təşkil edir.

GƏŞ (Gömrük Əməkdaşlıq Şurası) - daimi fəaliyyət göstərən beynəlxalq qeyri-hökumət təşkilatı olub, Beynəlxalq Konvensiyaya uyğun olaraq 1950-ci ildə yaradılmışdır (faktiki olaraq 1952-ci ilin noyabr ayından fəaliyyətə başlamışdır). Hal-hazırda 120-dən artıq dövlət bu şuranın üzvüdür. Şuranın əsas vəzifəsi aşağıdakılardan ibarətdir:

- kömrük qaydalarının unifikasiyası və təkmilləşdirilməsi;
- kömrük əməliyyatlarının təkmilləşdirilməsi;
- kömrük sahəsində qaydaların müəyyənləşdirilməsi üzrə beynəlxalq əməkdaşlıq;
- malların kömrük məqsədi ilə qiymətləndirilməsi konvensiyası;
- kömrük nomenklaturası üzrə konvensiya.

Öz fəaliyyəti dövründə Şura iştirakçı ölkələr üçün bir çox məsələlər üzrə təkliflər hazırlayır ki, bunların da hər biri müasir beynəlxalq kömrük qaydalarına əməl olunmasına xidmət edir.

AATA (Avropa Azad Ticarət Assosiasiyası) - Qərbi Avropa-

nın AİB-dən sonra ən böyük ticarət-iqtisadi qrupudur. O, 1960-cı ildə Stokholm konfransının işinin nəticəsində yaranmış və aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- təcili olaraq sənaye malları üzrə azad ticarət zonalarının formalaşdırılması;

- iqtisadi fəallığın hərtərəfli inkişafı;

- təbii sərvətlərdən və resurslardan daha səmərəli istifadəni;

- iqtisadiyyatın bütün sahələrində əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi və s.

Bu gün assosiasianın daimi üzvlərini İspaniya, Norveç və İsveçrə, eləcə də Aİ-nə daxil olan ölkələr təşkil edir. Beləliklə, assosiasiya müasir dövrdə region üzrə ticarət-iqtisadi qrupunu yaradır.

BTP (Beynəlxalq Ticarət Palatası) - qeyri-hökumət beynəlxalq təşkilatı olmaqla, 1919-cu ildə yaranmış və özündə 100-dən artıq ölkəni birləşdirir. BTP-nin əsas fəal iştirakçılarna milli sahibkarlıq federasiyasını, işgüzar dairələrin nümayəndələrini, kompaniya rəhbərlərini aid etmək olar. Palatanın baş qərargahı Parisdə, filialları isə Cenevrədə və Banqkokda yerləşir. Palatanın əsas orqanı Konqresdir.

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq ticarət əməliyyatı anlayışı necə başa düşülür və onun növləri hansılardır?
2. Beynəlxalq ticarət razılaşmasının (sövdələşməsinin) xarakterik xüsusiyyətləri hansılardır?
3. Beynəlxalq alqı-satqı müqavilələrinə dair konvensiya ilə, bilavasitə müqavilənin ümumi hüquqi cəhətlərini xarakterizə edən konvensiyalar arasındakı fərqlər nədən ibarətdir?
4. Kontragent nədir və o, necə təsnifatlaşır?

II FƏSİL. BAZAR: MAHİYYƏTİ, MƏZMUNU VƏ TƏDQIQI

§1. Bazar və onun tədqiqinin metodoloui əsasları

Bazar anlayışı. Bazar anlayışına və onun təsnifatına dair bu gün müxtəlif fikirlər söylənilir: bazar - mübadilə dairəsində daim təkrarlanan alqı-satqı aktlarının məcmuyudur; bazar - tədavül sferasında insanlar arasında iqtisadi münasibətlərdir; bazar - məhsul istehsalçıları ilə istehlakçıları arasında iqtisadi münasibətləri xarakterizə edir; bazar - istehsal olunan nemətlərin sərbəst ekvivalent mübadiləsidir; bazar - mübadilə kateqoriyasıdır. Qərbdə isə deyirlər: bazar - təklif və tələbin birləşməsidir; bazar - malların alqı-satqısında qarşılıqlı əlaqədə olan insanlar arasında iqtisadi əlaqələr toplusudur və s. və i.ə. Bu deyimlərdə müəyyən bir həqiqət vardır. Həqiqət, göründüyü kimi, bir tərəfdən bu təriflərin hamısı bilavasitə ticarətə aiddir, digər tərəfdən bazar heç də iqtisadi münasibətlər məcmuyunu deyil, əksinə, bu münasibətlərin baş verdiyi həm həddi-bududu görünməyən məkan, həm də konkret yer ola bilər. Göstərilən alqı-satqı prosesləri, yaxud iqtisadi münasibətlər, o cümlədən malların (istehsal vasitələri, kənd təsərrüfatı məhsulları, istehlak vasitələri və s.) alqı-satqısı, qiymətli kağızların, valyutanın, biliklərin və elmi-texniki fəaliyyətin nəticələrinin, patentlərin, elmi-texniki əyihələrin və sairənin hamısı məhz həmin məkanda, yaxud məkanlarda baş verməklə ticarətin mahiyyətini şərtləndirir. Nəticədə təbii olaraq məhz bu məkan, yaxud məkanlar məcmuyunu elliklə bazar təşkil edir və bu, ümumiyyətlə, təkcə insanlar arasında deyil,

bütövlükdə fiziki və hüquqi şəxslər (subyektlər) arasındakı iqtisadi münasibətlər həmin məkanda - bazarda baş verdiyinə görə "bazar", "bazar iqtisadiyyatı" terminləri kimi qəbul edilmişdir. Beləliklə, bazar mal təsərrüfatının ümumi iqtisadi kateqoriyası kimi, mal mübadiləsi (mal tədavülü) sferasını təşkil edir. Bazar mexanizminin əsas ünsürləri olan tələb, təklif və qiymət isə qarşılıqlı əlaqədə olmaqla vahid bir mexanizmdir. Bazarda mallara olan tələbat, tələb, ən düzgünü isə tədiyyə qabiliyyətli tələb formasında çıxış edir və əsasən malların qiymətindən və alıcılıq qabiliyyətindən asılı olur. Çünki mal (təklif) pul münasibətləri ilə bağlı olduğu üçün bütün tələbatı tam dolğunluğu ilə ödəyə bilmir, ancaq onun pul ekvivalentliyi ilə təmin olunmuş hissəsini ödəyir.

Bazarın öyrənilməsində (tədqiqində) mühüm şərt təhlil obyektinin düzgün seçilməsidir. Bununla bağlı bazarın təsnifatının düzgün müəyyənləşdirilməsi də əsas şərtədir. Bunun əsasını isə mal mübadiləsinin və onun əhatəetmə həddlərinin xarakterik prinsiplərini mükəmməl bilmək təşkil edir. Mal mübadiləsinin xarakteri dedikdə isə mübadilənin obyektivi və mübadilədə iştirak edənlər arasında iqtisadi münasibətlər başa düşülür. Həmin prinsipə uyğun olaraq bazar aşağıdakı qaydada təsnifləşdirilir:

1. Mübadilə obyektivi kimi malın sahəvi mənsubiyyətinə görə bazarlar. Bununla bağlı bazar ya həmin malın, yaxud mallar qrupunun adı ilə adlanır. Məsələn, neft bazarı, maşın bazarı, mal-qara bazarı, ayaqqabı bazarı, ət bazarı, ətriyyat malları bazarı, qənd bazarı və i.ə.

2. Alqı-satqı (mübadilə) obyektinə və onun əhatə etdiyi həddlərə görə bazarlar. Bu baxımdan mal bazarları ölkə və məhəlli (regional) bazarlar kimi fərqləndirilir. Məsələn, Azərbaycanın neft

məhsulları bazarı, Yuqoslaviyanın ayaqqabı bazarı, Fransanın məişət elektro-texnika bazarı, Kanadanın taxıl bazarı, Şərq ölkələrinin çay bazarı, Qərbi Avropa ölkələrinin avtomobil bazarı və s.

3. *Beynəlxalq mal mübadiləsi sferasına və mübadilə obyektinin sahəvi mənsubiyyətinə görə bazarlar.* Bu, bilavasitə dünya bazarlarına aiddir. Bu bazarın obyektı konkret maldan, yaxud mallar qrupundan ibarət olur. Dünya mal bazarlarını milli bazarların böyük bir qrupu, yaxud bütövlükdə onların məcmuyu əmələ gətirir. Dünya bazarlarının əsasını beynəlxalq əmək bölgüsü təşkil edir. Dünya taxıl bazarı, dünya neft bazarı, dünya əsaslı tikinti-quraşdırma bazarı (məsələn, Bakı-Ceyhan kəməri tikintisi və onun quraşdırılması) və sair bu qəbildən olan bazarları misal gətirmək olar.

4. *Alqı-satqı (mübadilə) münasibətlərinin milli hüdudlarına (sərhədlərinə) görə bazarlar.* Buraya konkret bir ölkənin daxili və xarici bazarlarını qeyd etmək olar. Məsələn, Azərbaycan Respublikasının milli bazarı, Gürcüstanın xarici ticarəti (bazarı). Məmləkətin daxili (milli) bazarı, hansı ki, alqı-satqı əməliyyatları (mal mübadiləsi sferası) onların sərhədlərilə məhdudlaşır. Xarici ticarəti (bazara) isə milli hüdudlardan (sərhədlərindən) kənara çıxarılan mal tədavülü sferasının hamısını əhatə edir.

5. *Alqı-satqı obyektinin xarakterinə görə bazarlar.* Bu cür bazarlar belə fərqləndirilir: mallar və xidmətlər bazarı; kapital bazarı; işçi qüvvəsi bazarı (mütəşəkkil və qeyri-mütəşəkkil); qiymətli kağızlar bazarı və i.a.

6. *Tələb və təklifin xarakterinə və səviyyəsinə görə bazarlar.* Burada alıcı bazarı və satıcı bazarı qarşı-qarşıya durur. Tələb çox, təklif isə ona nisbətən az olduqda həmin bazar *təklif bazarı kimi* təzahür edir və əksinə, bazarda təklif çox olduqda, o, tələb bazarı

adlanır. Hər iki halda tərəflərdən ancaq biri həmin malın qiymət səviyyəsini dikte edəcəkdir.

7. Satıcı və alıcının qarşılıqlı münasibətlərinin xarakterinə görə bazarlar. Bu halda bazar üç növ olur: azad (açıq) bazar; örtülü (qapanmış) bazar və tənzimlənmiş bazar.

Azad bazarda kontragentlər arasında ticarət sazişləri bağlamaq üçün məhdudiyətlər olmur. Buna görə də müxtəlif mallar üzrə ticarətdə azad bazarın xüsusi çəkili də müxtəlif olur. Məsələn, hazırkı şəraitdə dünya neft bazarında azad bazarın xüsusi çəkisi 70%, dəmir filizi bazarında 30%, qənd bazarında 28% təşkil edir.

Örtülü (qapanmış) bazar dedikdə, şirkətdaxili mal bazarları nəzərdə tutulur. Tənzimlənən bazar isə ayrı-ayrı mal bazarının (məsələn, qəhvə bazarının, kauçuk bazarının və s.) sabitləşdirilməsinə yönəldilən beynəlxalq mal razılaşmalarının (sazişlərin) təsiri altına düşən bazarlar kimi başa düşülür.

Tənzimlənmiş bazar hər iki subyekt (alıcı və satıcı, istehlakçı və istehsalçı) tərəfindən dövlətin hüquqi qanunlarına, xüsusən bazara, ticarətə, istehlakçıya və istehsalçıya dair qanunlara tam dolğunluqla riayət olunan (əməl edilən) bazara deyilir. Belə olduqda dövlətin bazara müdaxilə edilməsinə ehtiyac qalmır.

8. Mal mübadiləsinin alqı-satqısının metodları və obyektlərinə görə bazarlar. Burada əsasən beynəlxalq vasitəçi bazarları nəzərdə tutulur ki, bunlar da mal birjalarından, hərraclardan və torqlardan ibarətdir. Bu növ bazarlar (birja, hərrac, torq) onların iştirakçılarının tərkibindən və təşkilatçısından asılı olaraq yerli milli və beynəlxalq tipli xarakter daşıyırlar.

Malların təsnifatı Təsnifatın əsasını təşkil edən prinsiplərdə **prinsipləri** asılı olaraq mallar aşağıdakı kimi fərqlənir

dirilir:

a) *təyinatına görə*: istehlak tələbi və istehsal təyinatlı mallar;

b) *müddətinə görə*: qısa və uzunmüddətli istifadə olunan mallar;

v) *təyinatına və qiymətinə görə* mallar gündəlik tələb olunan, seçim tələbli, nüfuzlu və etibarlı, çox qəşəng və bahalı şeylərdən ibarət olur.

q) *istehsal olunması üsuluna (tərzinə) görə* mallar standart mallara və nadir mallara ayrılır;

ğ) istehlakı və işlənməsi (emalı) xarakterinə görə xammal, yarımfabrikat, hazır məhsul, (məmulatı dəstləyən, komplektləşdirən məhsul hissələri və s.) kimi fərqlənirlər.

Yuxarıda qeyd edilən təsnifat prinsipləri əsas götürülməklə, beynəlxalq bazarda tədaviyə ehtiyacı olan və gömrük statistikasında nəzərdə tutulan malların nomenklaturası (adlarının siyahısı) sahəvi nişanələrinə görə qurulur və müvafiq milli orqanlar və təşkilatlar tərəfindən işlənib hazırlanır. Hazırda ölkələrin çoxu harmonikləşdirilmiş (uyğunlaşdırılmış) sistemin nomenklaturundan istifadə etməyə başlamışlar.

Məhsulun (malın) texniki-iqtisadi göstəricilərinin səciyyəvi xüsusiyyətləri Məhsulun texniki-iqtisadi göstəriciləri, zəruri şərtlər kimi, malın rəqabətə tabliliğinin qiymətləndirilməsində istifadə edilir. Həmin göstəricilər aşağıdakı qaydada səciyyələndirilir.

1. **Texniki göstəricilər.** Bu göstərici məhsulun səviyyəsini, onun tətbiqi sahələrini müəyyən edən xassələrini, istehlakı prosesində yerinə yetirəcək funksiyalarını xarakterizə edir. Buraya məhsulun (malın) təyinatı, davamlılığı, texnoloji, erqonomiki,

ekoloji və s. göstəriciləri aiddir.

2. Məhsulun (malın) təyinatı göstərijiləri. Bu göstəriciləri aşağıdakı kimi fərqləndirmək olar:

a) təsnifatmə göstəriciləri. Həmin göstərici məhsulun spesifik xüsusiyyətlərini, onun konkret bir mal qrupu tipinə (növnə) aidiyyətliliyini müəyyən edir;

b) məhsulun texniki həllinin yeniliyini və texniki səviyyəsini müəyyənləşdirən texniki effektivlik göstəriciləri. Məsələn, dəzgahların məhsuldarlığı, çəki-ölçü alətlərinin dəqiqliyi, vahid vaxt ərzində işlənən informasiyaların həcmi və s.;

v) konstruksiya göstəriciləri. Bu göstəricilərə məhsulun qabarit (əndazə) ölçülərini, onun (məsələn, dəzgahın, təyyarənin, paltaryuyan maşının və f.a.) əmsalını, qarşılıqlı əvəzlənməsi mümkünlüyünü aid etmək olar;

q) məhsulun tərkibi, quruluşu, çəkisi göstəriciləri.

3. Məhsulun (malın) möhkəmliyi və davamlılığı. Bu göstəricilər öncədən, hələ məmulat (mal) layihələşdirildiği mərhələdə nəzərə alınmalıdır ki, o, etibarlı olsun, daim saz və əngəlsiz işləsin.

4. Texnologici göstərijilər. Bu göstəricilərsə xammalın, materialların məsrəflərinin və məhsulun bir vahidinə sərf olunan vaxtın optimal bölüşdürülməsini şərtləndirən əmək tutumunun, material tutumunun və maya dəyərinin xassələrini xarakterizə edirlər.

5. Erqonomik göstərijilər. Bu göstərici konkret məhsulun (malın) istehlakı, istifadə prosesində təzahür edən insan orqanizminin xassə və xüsusiyyətlərinə onun uyğun olub-olmamasını xarakterizə edir. Bu göstəricilərdən gigiyena (işıqlanma dərəcəsi, zəhərlilik, səs-küylük, titrəmə, tozlanma), antropometrik (insan

bədəninin ölçüsünə və formasına uyğunluq), fizioloji, psixoloji və bu kimi halları göstərmək olar.

6. Estetik göstərijilər.

7. Ekoloji göstərijilər.

8. İqtisadi göstərijilər. Bu göstəricilər isə konkret malın (məhsulun) öldə edilməsi (satın alınması) və istifadə olunması ilə bağlı alıcı məsərəflərini qiymətləndirir. İqtisadi göstəricilərə malgöndərmə şərtlərini, göndərmə müddətini və vaxtını, alıcı ilə hesablaşma növləri və formalarını, alıcıya ticarət krediti verilməsi növlərini, ödənc möhlətini və beynəlxalq ticarət əməliyyatları ilə bağlı digər göstəriciləri aid etmək olar.

Malın (məhsulun) keyfiyyəti və rəqabətə təhlili

Bəri başdan qeyd edək ki, məhsulun keyfiyyəti xammalın və materialların keyfiyyətindən, istehsalın texnologiyasından, elm və texnikanın səviyyəsindən, əməyin təşkilindən, fəhlə və mühəndis-texniki işçilərin ixtisasından və s. amillərdən asılıdır. Ümumilikdə məmulatın keyfiyyətini xarakterizə edən göstəriciləri üç qrupa ayırmaq olar: a) məhsulun özünün keyfiyyət göstəriciləri; b) işlənilmə hazırlama texnologiyasının keyfiyyəti göstəriciləri; v) məhsulun istifadəsi (istismarı) dövründə keyfiyyət göstəriciləri.

Bunlardan sonuncusu nöqsanlılıq (qüsurluluq və natamamlıq) əmsalı, zay çıxan məhsulun qüsurlarının yenidən işlənməsi məsərəfləri, malın istismarı və istehlakı prosesində istehlakçı iddialarının təmin olunmasıyla bağlı xərclərin səviyyəsilə xarakterizə olunur. Qeyd edilməsi yerinə düşərdi ki, xarici ölkələrin firmalarında iqtisadi səmərəlilik nöqtəyi-nəzərindən zaylılığın səviyyəsi 1-3%-dən çox olmur. Məsələn, ABŞ firmalarında onun 1% olması

normal hal sayılır. Yaponiyanın "Sony" firmasında isə bu norma (1%) həddindən çox hesab edilir.

Bu və ya digər malın (məhsulun) rəqəbətətliliği dedikdə, həmin malın xarakterik məcmuyunun istehlakçının konkret tələbatının ödənilməsində analoji maldan fərqlənməsi başa düşüldür. Konkret tələbatı (istehsal istehlakından, yaxud şəxsi istehlakdan asılı olmayaraq) ödəmək üçün malın (məhsulun) texniki parametrləri tələbatın parametrləri ilə üst-üstə düşməlidir. Bundan əlavə, alıcı çalışacaq ki, həmin malın satın alınmasına və onun ticarət məsrəfləri baxımından istifadəsinə (istehlakına) minimum miqdarda vəsait sərf etsin. Başqa sözlə, malın iqtisadi parametrlərini, əsas da malın istehlak dəyərini müəyyənləşdirən qiyməti nəzərə alsın. Məhz, bu vəziyyəti əsas tutaraq firmanın marketinq fəaliyyəti alıcının üstünlük verəcəyi malın texniki-iqtisadi parametrlərinin diqqətlə öyrənilməsinə yönəldiləcəkdir.

Dünya bazarında malın rəqəbətətliliği malın istehlakı və dəyəri xarakteristikalarının, habelə firma-istehsalçının mal satışı üzrə fəaliyyəti noticələrinin məcmu təsirindən ibarətdir. Belə olduqda, bu da nəzərə alınmalıdır ki, məhsulun rəqəbətətlilik səviyyəsinin müəyyən edilməsində texniki-iqtisadi göstəricilərlə yanaşı, normativ və patent-hüquqi göstəricilərinin də mühüm rolu vardır. Həmin normativ göstəricilər aşağıdakılardan ibarətdir:

- hazır məmulatda qanunçuluqda müəyyənləşdirilmiş nisbət-
lərə uyğun olaraq yerli istehsalın istehsal etdiyi məmulat
hissələrinin və detallarının xüsusi çəkisi;

- məhsulun unifikasiya olunması (vahid şəkllə salınması)
dərəcəsi və bunda standart detalların (hissəciklərin) istifadə
olunması;

- bir çox ölkələrin qanunçuluq aktlarında göstərilən təhlükəsizlik tədbirləri, habelə beynəlxalq normalarda və qanun-qaydalarda nəzərdə tutulan təhlükəsizliyə dair tədbirlər. Məhsulun təhlükəsizliyi göstəriciləri avariya halları şəraitində, məhsulun istismarı rejiminin pozulması hallarında insanın mühafizəsi nöqteyi-nəzərdən onun xüsusiyyətlərini xarakterizə edir.

Patent-hüquq göstəricilər isə məhsulun patent mükəmməliyini, düzlüyünü müəyyən edir və bazarda məhsulun satılması üçün həqiqətən çətinlik və ilişik olub-olmadığını göstərir. Patent mükəmməliyinin olmaması məhsulun rəqabətətliliğini qeyri-mümkün vəziyyətə gətirib çıxarır.

§ 2. Bazarın tədqiqinə dair anlayış

Bazarın tədqiqinin mühüm vəzifələrindən biri bazarda təklif və tələb arasında tarazlığı qaydaya salmaq üçün əlverişli şəraitin təmin edilməsidir. Bu məqsədlə aşağıdakı suallara cavab tapılmalıdır: konkret bazarda mal istehsalçıları və istehlakçıları arasında münasibətlər necə realizə olunur; tədqiq olunan dövr ərzində və perspektivdə tələb və təklifin formalaşmasını və inkişaf meylini hansı şərtlər müəyyən edir; bazarda fəaliyyət göstərən firmaların, o cümlədən özünəməxsus firmanın mövqeləri, həyata keçirdikləri ticarət metodları, tətbiq etdikləri ticarət təcrübələri; bazar münasibətlərində fəaliyyətin xarakterik cəhətləri nə vəziyyətdədir və i.a.

Bazar tədqiqatında əsas məqsəd: a) bazarın inkişafına, strukturuna, münasibətlərin xarakterinə təsir göstərən mühit - mikro və makro amilləri öyrənmək, təhlil etmək və dəyərləndirmək; b) mü

vafiq ölkələrin ümumtəsərrüfat strukturunun və müvafiq bazarların konyunkturunun qarşılıqlı surətdə vəziyyətini və meyllərini öyrənmək.

Tədqiqat, yuxarıda qeyd olunduğu kimi, qarşılıqlı əlaqədə olan digər bazarların vəziyyəti nəzərə alınmaqla, aşağıdakı konkret bazarlar üzrə aparılır: dünya bazarı, sahəvi ölkə bazarı, yaxud onun müəyyən seqmenti (bölməsi), xarici bazar, milli bazar və s.

Bazar şəraitinin təhlili Bir qayda olaraq tədqiqat üçün öncədən marağında olduğun ölkənin, yuxarıda sadalanan göstəriciləri, ümumi məlumatı, o cümlədən

onun sahəsi, əhalisinin sayı, milli resursları, dövlət quruluşu (mexanizmi), iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsi və strukturu, pul sistemi, valyuta vəziyyəti, vergi qanunçuluğu, sosial-mədəni xüsusiyyətləri, əhalisinin həyat səviyyəsi, təhsili və mədəniyyəti və s. təhlil edilir.

Bazar şəraitinin təhlilində əsas məqsəd yuxarıda göstəriləyi kimi, tələb və təklif arasında müəyyən nisbət, əsasən tarazlıq yaratmaqdır. Bununla bağlı, qiymət ünsürü də nəzərə alınmaqla bazar mexanizmi bütövlükdə təhlil olunmalıdır.

Əvvəlcə burada tələbin təhlil edilməsi məqsəduyğun sayılır. Çünki tələb ictimai tələbatın həcmi və strukturunu əks etdirir və alıcılıq qabiliyyəti ilə məhdudlaşır. Yeri gəlmişkən, tələb silsiləsi (dövrəsi) bir neçə mərhələyə bölünür: a) tələbin törənməsi (əmələ gəlməsi); b) təklifi qabaqlayaraq tələbin artım surətinin çoxalması; v) tədricən tələbin artımının səngiməsi; q) tələbin yetiškenliyi (kamilliyi); g) tələbin tədricən azalması.

Öz növbəsində bunu da bilmək lazımdır ki, hər bir mala olan tələbin səviyyəsi malın həyatlıyı, yəni onun "varlıq dövrü" və

həmin dövrün şəraitilə müəyyənləşir. Malın varlıq dövrünün müxtəlif mərhələlərində onun hər bir halı (vəziyyəti) xüsusi xarakterə malikdir. Məhz malın varlığının xarakteri və səviyyəsi həmin "hal"ların təsiri altında dəyişilir.

Malın varlıq dövrü aşağıdakı mərhələləri əhatə edir:

a) satış üçün hazır olan ilk məhsulu bazara çıxartmaq. Bu dövrdə satış tədricən çoxalır;

b) satış artımı mərhələsi. Bu dövrdə işə bazar həmin malı sürətlə (yeyin) qəbul edir və malın dövretmə qabiliyyəti artır;

v) malın yetkinlik, kamillik mərhələsi. Bu mərhələdə malın satış sürəti tədricən azalır, çünki o, potensial alıcıların əksəriyyəti tərəfindən artıq mənimsənilib;

q) malın satış sürətinin getdikcə aşağı düşməsi. Bununla bağlı, həmin mal üzrə mənfəət də azalır. Onu ya modifikasiya etmək (şəklini dəyişmək, moda və fasonunu dəyişmək), yaxud da tamamilə satışdan çıxarmaq lazım gəlir.

Deyənlərlə bağlı, həm firma-istehsalçı, həm də firma-satıcı daim malın həyatililiyinin - varlıq dövrünün bütün mərhələlərinə nəzər yetirməlidir ki, mala tələb ciddi surətdə aşağı düşməyə başladıqda dərhal onu bazardan çıxartsın və həmin malı analoqu olan yeni malla əvəz etsin. Bu halda moda və fasonların, mövsümlüyn və s. amillərin təsiri də nəzərə alınmalıdır. Bundan əlavə, istehlak tələbinin təhlilində demoqrafik amillərə də, xüsusən əhəlinin yaş tərkibinə, onun coğrafi yerləşdirilməsinə, cins və məşğulluq tərkibinə də xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Alıcılıq qabiliyyətinin təhlili də xüsusi diqqət tələb edir. Burada hər şeydən öncə, əhəli gəlirlərinin səviyyəsindən, istehlak kreditinin həcmi və səviyyəsindən, əhəli əmanətinin məbləğindən,

onun təhsil və peşə tərkibindən və s. söhbət gedir. Tələbin miqdar göstəriciləri bir qayda olaraq, mal istehlakına dair statistik materiallardan götürülür. Bu olmadıqda tələbin həcmi və strukturu istehsal, idxal, ixrac və keçici qalıq məlumatları əsasında tərtib olunan istehlak balansı əsasında müəyyənləşdirilir. Bu göstərici təcrübədə "bazar tutumu" kimi qəbul edilmişdir.

Bazarın öyrənilməsində təklifin təhlili də mühüm şərtidir. Təhlildə aşağıdakılara xüsusi əhəmiyyət verilməlidir: konkret mal təklifinin kəmiyyətə qiymətləndirilməsi; təklifin strukturu; mal çeşidi strukturunun dəyişilməsi; yeni malların əhəmiyyəti, onların texniki-iqtisadi xarakteristikası; müxtəlif modelli və fasonlu malların qiymət səviyyəsi. Daha iri malgöndərən firmaların bazarda payı, onların istehsal imkanlarının qiymətləndirilməsi; müvafiq mallar üzrə dünya təsərrüfatının və dünya bazarının inkişaf meylləri nəzərə alınmaqla, təklifin inkişaf perspektivlərinin qiymətləndirilməsi və s. Bazarın tədqiqi prosesində tələb və təklifi qiymətləndirərkən firmalar ümumiyyətlə bir çox iqtisadi, siyasi, valyuta-maliyyə amillərinin dəqiq öyrənilməsinə də çalışmışdılar.

Bazarı tədqiq edərkən istehlakçıların konkret mallar qarşısında qoyduğu tələblərin xarakteri və xüsusiyyətləri də nəzərdən qaçmamalıdır. Bu tələblər əsasən aşağıdakılarla xarakterizə olunur: məmulatın yeniliyi və yüksək texniki səviyyəsi; onun işlənilib hazırlanmasının yüksək keyfiyyəti və istismarı prosesində fasiləsizliyi; satışdan sonrakı dövrdə göstərilən texniki xidmətlərin səviyyəsi; məmulatın (malın) qiymətinin ölvərişliliyi və onun istifadəsi prosesində faydalılığı.

Bazarın inkişaf perspektivi də hökumət təhlil olunmalıdır. Burada yuxarıda qeyd edilən xüsusi amillərlə yanaşı, ümumi

mühit, ümumi amillər də mühüm rol oynayır. Bu mühitə (amillərə) bazarın konyunkturu gedişatının dəyişməsinə daim müşahidə etmək, o cümlədən mal (məhsul) buraxan və istehlak edən istehsal sahələri silsiləsinin (dövrünün) hansı mərhələdə olduğunu müəyyənləşdirmək, həmçinin bazar qiymətlərinin, xüsusi və dövlət ticarət şəbəkəsində, hökumət anbarlarında ehtiyatların enib-qalxmasını daim diqqət mərkəzində saxlamaq lazımdır.

Bazarın vəziyyətinə ticarət formalarının və metodlarının təsiri də nəzərə alınmalıdır. Bunların öyrənilməsi sahəvi bazarda, yaxud dünya bazarda satıcı və alıcı sifətində çıxış edən firmaların fəaliyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi üçün olduqca böyük əhəmiyyəti vardır. Ticarət formalarını və metodlarını təhlil edərkən, aşağıdakı fəaliyyət sahələrinin və ticarət vahidlərinin öyrənilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir: a) bu və ya digər konkret bazara mal göndərənlərə (öz ölkəsinin firma-istehsalçılarına); b) xarici istehsalçı firmalar, yaxud onların qız şirkətləri (öz ölkəsinə, yaxud digər ölkələrə məxsus olan ticarət-vasitəçi firmalar); v) həmin bazarda rəqib kimi çıxış edən firmaların sayı, bazarda onların mövqeləri; q) potensial alıcılar və s.

Bazarda rəqib firmaların fəaliyyətinin öyrənilməsi Bu məqsədlə ümumi məlumatlarla yanaşı, təhlil üçün bütün rəqib firmalar və hər bir firma üzrə ayrılıqda aşağıdakı informasiyalar toplanıb ümumiləşdirilir:

- bazarda firmanın mövqeyi (məhsulun buraxılışı üzrə satışın həcmi; həmin ölkədə və dünya bazarda əhəmiyyətinə görə firmanın yeri; həmin məhsul satışının ümumi həcmində hər bir firma-rəqibin yeri);

- hər bir firmanın buraxdığı məhsulun xarakteri, onun texniki

parametrləri, qiyməti, rəqabətablılıq amilləri, mal nişanələrindən (markalarından) istifadə praktikası; malın və onun qablaşdırılma formasının cəlbədicə cəhətləri; Həmin anda və perspektivdə rəqiblər tərəfindən buraxılan malların bazar üçün yeniliyi (təzəliyi);

- reklam fəaliyyəti və satışın həvəsləndirilməsi praktikası;

- rəqabətə qoşulmuş firmalar tərəfindən təklif edilən xidmətlərin növləri və həcmi, o cümlədən texniki xidmətlərin formaları və döyəri;

- mal yeridilmə praktikası, o cümlədən rəqiblərin istifadə etdikləri nəqliyyə növləri, onların sərəncamında olan anbarların sayı, növləri və yerləşdirilməsi, malların (məhsulun) saxlanılması şəraiti, anbarların konsiqnasiya¹ ticarəti üçün istifadəsinin vəziyyəti;

- rəqib firmaların marketinq fəaliyyəti: strategiyası, çeşid siyasəti, yeni malın (məhsulun) işlənilib hazırlanması üzrə elmi-texniki fəaliyyətin istiqamətləri, istehsal, texniki və satış siyasətləri, satışın intensivləşdirilməsi metodları, qiymət siyasətləri, istehsal və tədavül xərclərinin səviyyələri və s.

- rəqabətdə olan firmaların satış fəaliyyətinin təşkili, o cümlədən özünün xüsusi şəbəkəsinin xarakteri, ticarət-vasitəçilərin xidmətlərindən istifadə, satış aparatının (idarəsinin, kontorunun) saxlanılması məsrəfləri;

- rəqabət mübarizəsinin qeyri-maddi metodları, xüsusən rəqabət apardığı şirkətə, firmaya qarşı tətbiq edilməsi mümkün olan vasitələrdən istifadə qaydası, rəqiblərin zəif yerlərinin dərəcəsi və rəqib tərəfdən alındığı bazar payını geri qaytarmaq imkanı;

¹ Xaricə göndəriləcək malın, mal sahibi hüququna malik olan ticarət agenti vasitəsilə satılması.

- hər bir firmanın maliyyə vəziyyəti (maliyyə möhkəmliyi) və bazarda öz mövqeyini qoruyub saxlamaq bacarığı, onun tədiyyə qabiliyyəti;

- rəqib firmalarda patentlərin olması və onların lisenziyalar satmaq imkanı, lisenziyalar üzrə ödəmələrin mədaxili;

- rəqiblər tərəfindən həyata keçirilən sövdələşmələrin ticarət və haqq-hesab şərtləri, qiymətlər və onlara verilən kreditlər, qiymətdən güzəştlər, malgöndərmə müddətləri və s.

- firma-rəqibin elmi-texniki potensialı, onun istehsalı və məhsulunun istifadə olunması sahələrində əldə etdiyi nailiyyətlər və i.a.

Bazarda alıcı firmanın öyrənilməsi Bu məqsəd üçün ilk növbədə ayırd edilməlidir ki, söhbət bət hansı alıcı-firmadan gedir, onun satınalma predmeti nədir: istehsal vasitələrini, yoxsa istehlak şeyləridir. Çünki hər iki qrup mallara (məhsullara) tələbin öyrənilməsinin özünə xas olan xüsusiyyətləri vardır. Belə ki, istehsal vasitələrinin alıcısı, əsasən, sənaye firmaları, onların qız şirkətləri (firmaları) ola bilər. İstehlak şeyləri alıcısı isə son nəticədə fiziki şəxslər - insanlardır. Lakin onlar da öz növbəsində həmin şeyləri bu və ya digər firmanın ticarət şəbəkəsində əldə edirlər.

İstehsal vasitələrinin firma-alıcısını öyrənmək üçün ümumi məlumatlarla yanaşı, aşağıdakı informasiyalara toplayıb sistemləşdirmək və təhlil etmək məqsədəuyğundur: bazarda firma-alıcının vəziyyəti; konkret malın istehlakında onun payı (tutduğu yer); firma-alıcı tələbinin səbatlılığı; firmanın istehlak etdiyi (istehsal istehlakı) məhsulun əsas malgöndərmələri; firmanın ticarət əməliyyatlarının həyata keçirəcəyi metodlar; firma-alıcının satın alacağı malların texniki-iqtisadi göstəriciləri qarşısında qoyduğu

tələblərin xarakteri və s.

İstehlak şeyləri üzrə alıcı-fırmanı öyrənmək məqsədilə aşağıdakıları aydınlaşdırmaq daha yaxşı olar:

- pərakəndə satış ticarətinin həyata keçirilməsi metodları;
- alıcılara müxtəlif güzəştlərin verilməsi, o cümlədən istehlak krediti, uzunmüddətli istifadə olunan mallar üzrə satışdan sonra pulsuz xidmətlər, satış qiymətindən güzəştlər və s.
- fırmanın təqdim etdiyi məhsulların nomenklaturu (siyahısı), onların yeniliyi, rəqəbətətliliği, təzələnməsi (dəyişilməsi) dərəcəsi;
- satıcı-fırma tərəfindən buraxılan kataloqlarda, prospektlərdə məhsulun xarakteristikası;
- satışı həvəsləndirmək üçün tətbiq olunan reklam vasitələri;
- bazarda malların satışında hər bir fırmanın kvotu (təxmini payı), satış ərazilərinin (sahələrin) bölünməsi, satışın keyfiyyətliyi;
- satışın ümumi həcmi, əməliyyatların mənfəətliliyi, tədavül xərclərinin qədəri, anbarların saxlanma xərcləri.

Bazarın nəqlətmə, hüquqi və ticarət-siyasi şəraitinin öyrənilməsi Bazarın təhlilində nəqlətmə şəraitinin öyrənilməsi də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu öyrəniş aşağıdakı bir sıra məsələləri əhatə edir:

- ixracat ölkəsi ilə bazarı öyrənilən ölkə arasında birbaşa nəqliyyat rabitəsinin olması və yaxud yaradılması məsələləri;
- xətti gəmiçilik tarifləri, fraxtın kamilliyinə inam yaratmaq, dəmir yolu ilə nəqlətmə tarifləri məsələləri;
- ayrı-ayrı limanlarda (körpülərdə) yükləmə-boşaltma işləri mexanizminin dərəcəsi, yükün bir anbardan digərinə daşınması, boşaldılması, yərləşdirilməsi və saxlanması xərcləri, liman (körpü)

rüsumlarının miqdarı;

- yükdaşımının qaydası və xüsusi şərtləri, təyinat məntəqəsinə (ölkəsinə) daşımının üsulları, yükün təhvili və qəbulu qaydaları;

Hüquqi məsələlərin öyrənilməsi də təhlil üçün mühüm şərtidir. Bu isə aşağıdakı məsələlərin aşkar olunmasını tələb edir:

- sığorta və ticarət gəmiçiliyi barədə mövcud qanunların öyrənilməsini;

- firmaların, o cümlədən xarici ölkə firmalarının hüquqi vəziyyətini və fəaliyyətini tənzim edən qanunların həyata keçirilməsini;

- sənaye mülkiyyətçiliyinin qorunması, ixtiraların patentləşdirilməsi, mal nişanlarının qeydə alınması, habelə bu işlər üzrə mövcud praktika barədə qanunların tənzimlənməsini;

- idxalat ölkəsinə ümumən qəbul olunmuş beynəlxalq ticarət işləri üzrə həm məhkəmə, həm də arbitraj qaydası ilə mübahisələrin, iddiaların həll edilməsi məsələlərini.

Bazar şəraitinin öyrənilməsində həm də ticarət siyasəti şərtlərinin xüsusi rolu vardır. Bu şərtlərdən ən vacibləri bunlardır:

1. Bu və ya digər ölkəyə mal gətirilməsini tənzim edən ölkələrarası ticarət sazişlərinin məzmunu.
2. Xarici ticarətin dövlət tənzimi sistemi, o cümlədən müəyyən malların həmin ölkəyə gətirilməsini qadağan edən, yaxud məhdudlaşdıran sərəncamlar və qanunlar.
3. Mala qoyulan gömrük vergisinin səviyyəsi, gömrüyün hesablanması üsulu, daxili gömrük rüsumları və vergiləri, ölkədə "azad zona"nın (gömrük məsələsinə aid) olub-olmaması.
4. Öyrənilən ölkənin iqtisadi qruplaşmalarda iştirakı, onların bu və ya digər malın gətirilməsi rejiminə təsiri.

5. Ölkənin valyuta qanunvericiliyi, o cümlədən idxalatçının xarici valyuta alması qaydası, mənfəətin köçürülməsinə nəzarət, valyutanın konvensiya olunması və kreditləşmə rejimi və i.a.

§ 3. Bazar tədqiqatının aparılması metodları

Bazarın tədqiqinin metodikası bazarın, yaxud konkret malın təhlilinə imkan verən üsul və metodların məcmuyudur. Həmin metodikada aşağıdakılar əsaslandırılır: təhlili məqsəd kimi qəbul edilmiş bazarın (dünya, sahəvi, milli bazarların, bazar segmentinin) seçilməsi; bazar şəraitinin təhlili üçün istifadə olunacaq göstəricilərin müəyyənləşdirilməsi; təhlil üsulunun və proqnoz göstəricilərinin müəyyənləşdirilməsi; informasiya mənbələrinin əldə edilməsi; tədqiqatın təşkili.

Əgər dünya bazarı və milli sahəvi bazarlar iştirakçılar, yaxud qrup iştirakçıları arasında bölüşdürülübse, bu halda tədqiqat üçün bazarın ayrı-ayrı segmentlərinin öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu, istehsalın istiqamətini konkret alıcıların tələblərinə sarı yönəltmək imkanı yaradır. Bununla bağlı, bazarın segmentləşdirilməsi metodikasının işlənib hazırlanması mühüm şərtidir. Segment bazarın müəyyən bir hissəsidir. Bazarın ayrıca bir segmentində müəyyən bir qrup alıcıları məmulatın (malın) konkret olaraq müəyyən modifikasiyasına yönəltmək daha əlverişli olur.

Segmentləşdirmə əsasən bir neçə prinsip üzrə aparılır. Bunlar aşağıdakılardır: coğrafi segmentləşdirmə; demografik segmentləşdirmə; sosial-psixoloji amillər üzrə segmentləşdirmə; konkret istehlakçılar qrupu üzrə segmentləşdirmə (məsələn, birdəfəlik alıcılar, daimi alıcılar, firma, potensial alıcılar və s. üzrə segmentləşdir-

mə).

Seqmentlər üzrə tədqiqat apararkən seqmentləşdirmənin bütün göstəriciləri nəzərdən keçirilib öyrənilməlidir. Bu göstəricilər aşağıdakılardır:

1. Seqmenti qiymətləndirmək üçün göstəricilər. Burada sərbət məhsul satışının artım sürətindən, bazarda satıcının (firmanın) payından, satışın ümumi həcmində və mənfəətdə firmanın hər bir seqmentdəki payından və s. gedir.

2. Seqmentin bazar şəraitinin qiymətləndirilməsi üçün göstəricilər (iqtisadi, sosial, siyasi və texnoloji proqnozlar, seqmentin inkişaf səbatlığı və i.a.)

3. Seqmentin inkişafının meylliliyini müəyyən edən göstəricilər.

4. Konkret bazar seqmentində məhsulun rentabelliliyinin dəyişməsi göstəriciləri.

5. Seqmentin seçilməsini təmin edən göstəricilər. Burada mal satışının həcmi və strukturu, rəqabət dərəcəsi, uzunmüddətli və qısamüddətli planlarda nəzərdə tutulan mal satışının artımı və s. əsas götürülməlidir.

Bazar tədqiqatında istifadə olunan informasiyaların mənbələri

Buraya əsasən mətbu informasiyalar və sosial tədqiqatların və alıcılar arasında aparılan sorğuların nəticələri aiddir. Mətbu informasiyalar

aşağıdakılardan ibarətdir:

a) dövrü mətbuat (qəzetlərin iqtisadi bölmələri, ixtisaslaşdırılmış jurnallar və iqtisadi bülletenlər);

b) ixtisaslaşdırılmış nəşrlər (monoqrafiyalar, ticarət palatalarının və sahibkarlar ittifaqının buraxdığı bülletenlər, ticarət müqavim-

lələri külliyyatı, bankların, ayrı-ayrı firmaların, reklam agentliyinin nəşrləri, dövlət və hökumət qanunları (qərarları) külliyyatı və i.a.);

v) *statistik külliyyatlar*;

q) *iri broker firmalarının müştərilərə göndərdiyi informasiyalar*;

ğ) *teleqraf agentliklərinin müvafiq bülletenləri*.

Firma haqqında ümumi məlumat Tədqiqatın aparılmasında firmaların xarakteri və fəaliyyəti, onların dünya bazarında rolu və yeri barədə informasiyaların olması mühüm şərtidir. Firma haqqında ümumi məlumatların yığcam siyahısı, o cümlədən firmanın ünvanı, qeydə alındığı ölkə, firmanın təsərrüfat və maliyyə əlaqələri, telefon, yaxud telefaks nömrəsi göstərilməklə xarici dildə verilir.

Firmanın xarakteristikasında əsasən aşağıdakı göstəricilər olmalıdır:

1. Səhmdarlar kapitalının həcmi, aktivlər, satışın həcmi, məşğul olanların sayı.
2. Firmanın təsərrüfat fəaliyyətinin əsas növü - sənaye, ticarət, nəqliyyat-ekspeditor, injiniring və s.
3. Mülkiyyət xarakteri (xüsusi, dövlət, kooperativ) və onların hüquqi vəziyyəti (səhmdarlar cəmiyyəti, məsuliyyət cəhətdən məhdudlaşdırılmış cəmiyyət, tam və kommondit yoldaşlığı (şirkəti), vahid sahibkarlıq firmaları).
4. Yaranma tarixi, inkişaf xüsusiyyətləri və kapitalı (milli, xarici, qarışıq).
5. Firmanın daxil olduğu inhisar birliyinin tipi və həmin birlikdə onun vəziyyəti (ana şirkəti, qız şirkəti, assosiasiya).
6. Buraxdığı (istehsal), yaxud realizə etdiyi məhsulun no-

menklaturu (əsas malı, yaxud mal qrupu, ixtisaslaşma istiqamətləri, idxalat nomenklaturu və s.)

7. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin xarakteri və əhəmiyyəti. Onun özünün "qız" və yaxud "ana" firma (şirkət) olması, dünya idxalatında və ixracatında yeri, əhəmiyyəti və s.
8. Firmanın istehsal (ticarət) və maddi-texniki bazası.
9. Firmanın kontragentləri və rəqibləri. Onların digər firmalarla istehsal-texniki və digər təsərrüfat əlaqələri.
10. Firmanın idarə aparatının strukturu, onun banklarla əlaqələri və bu əlaqələrin xarakterik cəhətləri.

Firmanın öyrənilməsi mənbələri. Öyrənmək üçün aşağıdakı informasiya mənbələrindən istifadə edilməsi məqbuldur.

- firmalar haqqında dərc olunan ixtisaslı informasiyaları şərh edən dövri mətbuat;

- firmaların özləri tərəfindən dərc olunan informasiyalar (illik hesabatlar, balans hesabatları, firmanın buraxdığı prospektlər, kataloqlar);

- ixtisaslaşmış təşkilatlar tərəfindən firmalar haqqında verilən informasiyalar (kredit-arayış büroları, sahibkarlıq ittifaqı, ticarət palataları, məsləhətçi firmalar, dövlət təşkilatları və s.);

- firmadaxili istifadə olunan informasiyalar;

- firmalar üzrə arayışlar;

- firma malları barədə məlumat kitabı. Bu cür məlumat kitabı müxtəlif ölkələrin bir, yaxud bir neçə nüfuzlu firmalarının siyahısından ibarətdir. Kitabda əlifba sırası ilə hər mal üzrə onun istehsalı və satışı göstərilməklə firmaların siyahısı əks etdirilir. Məsələn, İsveçrədə 1-3 cilddən ibarət "Kompas" (Konrass), Fransada "Repertuar de lya produksion fransez" kitabı buraxılır. Digər ölkə-

lərdə də bu cür təyinatlı məlumat kitabları nəşr edilir;

- ünvanlar göstərən məlumat kitabı;
- səhmdar cəmiyyətləri üzrə məlumat kitabları;
- ümumfirma məlumat kitabı;
- sahəvi məlumat kitabları. Bu, çox hallarda beynəlxalq məlu-

mat kitabı xarakteri daşıyır;

- şəxsi əlaqələr üçün məlumat kitabı (məsələn, direktorlar üçün məlumat kitabı);

- firmanın maliyyə əlaqələrinə dair məlumat kitabı;

- bioqrafik məlumat kitabı. Bu növ kitablarda işgüzar aləmin ictimai xadimləri və nümayəndələri haqqında qısa arayışlar yerləşdirilir.

Təkrar üçün suallar

7. Bazar nədir və o xarakterik prinsiplərinə görə necə təsnifləşdirilir?
8. Mallar istehsal, satış və istehlak xarakterinə görə təsnifləşdirilir-mi? Bunda məqsəd nədir?
9. Bazarda məhsulun keyfiyyəti və rəqabətətliliği barədə nəyi və nə üçün bilmək zəruridir?
10. Bazar tədqiqinin məzmunu və zəruriliyi necə başa düşülməlidir?
11. Tələb və təklifin təhlili necə və hansı şərtlərə əsasən aparılır?
12. Firma rəqibləri, firma-alıcıları və firma-satıcıları öyrənmə bilirsinizmi və necə?
13. Rəqib firmanın fəaliyyətini öyrənmək üçün onun barəsində hansı ümumi və xüsusi (konkret) məlumatları əldə etmək vacibdir?

III FƏSİL. İDXALAT-İXRACAT ƏMƏLİYYATLARI VƏ BEYNƏLXALQ TİCARƏT SÖVDƏLƏŞMƏLƏRİNƏ HAZIRLIQ

§ 1. İdxalat-ixracat əməliyyatları tənziminin ticarət-siyasi vasitələri

Beynəlxalq idxal-ixrac münasibətləri əsasən beynəlxalq ticarət əməliyyatları vasitəsilə həyata keçirilir. Zira, beynəlxalq təcrübədə idxalat və ixracat əməliyyatları dedikdə ancaq ticarət fəaliyyəti əsasında həyata keçirilən əməliyyatlar başa düşülür. Bu da beynəlxalq ticarət razılaşmalarının alqı-satqı kontraktları vasitəsilə realizə oluna bilər. İdxalat-ixracat əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi anı malların (məhsulların) qarşılıqlı mübadiləsi üzrə münasibətdə olan iki kontragentin məmləkətin sərhədlərinin qovuşduğu xətti, əlbəttə, ancaq gömrük xidmətinin icazəsilə keçdiyi vaxtdan tamamlanır. Bu halda nəzərə alınmalıdır ki, dövlət, özəl, yaxud da ictimai təşkilatlar tərəfindən yardım, ənam (bəxşiş, hədiyyə, mükafat və bu kimi s.) formasında əvəzsiz göndərilən əşyalar (mallar) idxalat və ixracat dəyərlərinə daxil edilmir. Fəqət, onların hökmən ayrıca uçotu aparılmalıdır. Həm də nəzərə alınmalıdır ki, bunların ticarət əməliyyatlarına heç bir aidiyyəti yoxdur.

Yuxarıdakı deyimlərlə bağlı beynəlxalq ticarət praktikasında istifadə olunan bir sıra təriflər və müəyyənlikləri nozərdən keçirək.

1. İxracat. İxracat dedikdə mal, yaxud mallar kütləsinin satış qaydası ilə xaricə çıxarılması (göndərilməsi) başa düşülür. İxracat hökmən statistikada qeydə götürülür. Bir qayda olaraq ixracata aşa-

ğdakılar aid edilir:

a) məmləkətdən ancaq vətəndə istehsal olunan, yaxud da əvvəllər xaricdən gətirilmiş və yenidən işlənib hazırlanmış malların xarici alıcılara (ölkələrə) satışı;

b) əvvəllər xaricdən gətirilmiş və yenidən emal olunmadan xaricə mal satışı. Bu növ ixracat reeksport (təkrar ixrac) adlanır.

2. İdxalat. İdxalat dedikdə malların (məhsulun) bir ölkədən başqa bir ölkəyə, başqa sözlə, xarici ölkələrdən idxalatçının ölkəsinə gətirilməsi başa düşülür. İdxal da statistik uçota alınır. İdxalata aşağıdakı növ daxilolmalar aiddir:

a) xarici mənsubiyyətli malların bilavasitə istehsalçı ölkələrdən, yaxud vasitəçi ölkədən satınalma qaydasıyla öz ölkəsinə gətirilməsi;

b) əvvəllər xaricə göndərilmiş, lakin heç bir istehsal emalından keçməyən vətən mallarının yenidən öz məmləkətinə satış qaydasıyla qaytarılması. Bu isə reimport (təkrar idxalat) adlanır;

v) gömrük nəzarəti altında yenidən emal olunması üçün məmləkətə gətirilən mal (məhsul). Buraya əsasən yenidən hazır məhsul kimi ixrac olunması nəzərdə tutulmuş idxal olunan mallar aiddir.

3. Gömrük ərazisi. Bu, idxal-ixrac əməliyyatları üzərində qoyulan vahid nəzarət idarəsinin (təşkilatının) ərazisidir. Adətən, sərhəd keçidlərində (dəmiryolu xətləri boyu, limanlarda, körpülərdə, avtoyolların hündəvərində) yerləşdirilir. Gömrük ərazisinin hüdudları hər bir məmləkətin hökuməti tərəfindən müəyyənləşdirilir.

4. Əlavə olaraq artırma anbar. Artırma anbar dedikdə müəyyən bir gömrükxananın idarəsinə gömrük nəzarəti altında saxlanılan mallar üçün ayrılmış sahə və binalar (otaqlar) nəzərdə tutulur. Belə anbarlarda mallar gömrük müfəttişinin nəzarəti altında çeşid-

ləndirilir, sortlaşdırılır və yenidən qablaşdırılır. Burada olan mallar hələ gömrük əməliyyatından keçirilməmiş hesabf alınır.

5. Azad zona ərazisi. Bu ərazi eyni zamanda "azad ticarət" zonası, "azad iqtisadi"zona kimi adlanır. Azad zona həmin ölkə limanının (körpüsünün) gömrük ərazisinin ətrafında yerləşən ərazidir. Bu zonanın ərazisinə gətirilən mallara gömrük vergisi qoyulmur və orada qaldığı müddət ərzində təkrar ixracat üçün nəzərdə tutulan mallar hər cür gömrük vergisindən, rüsumlarından, idxal üzrə vergilərdən və s. azad olunur. Azad zonada bir çox əməliyyatlar da aparıla bilər. Məsələn, malların təmizlənməsi, qurudulması, etiketlərin yapışdırılması, malın qablaşdırılması, şüşə taraların (butulkaların) doldurulması, malların çeşidləşdirilib yüklənməsi və s.

1995-ci ildə inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində 235 azad zona var idi: ABŞ-da 145, Qərbi Avropa ölkələrində - 90, İsveçrədə - 26, İspaniyada - 22, İtaliyada 11, Fransada - 10 və i.a.

Azad zonadan istifadə olunmasında firmaların çoxu maraqlıdır. Belə ki, dənizə çıxış yolu olmayan ölkələrin firmaları beynəlxalq sazişlər əsasında yaxınlıqda yerləşən digər ölkə limanlarının azad zonasından istifadə edə bilərlər.

6. Tranzit əməliyyatlar. Bu növ əməliyyatlar iki cür olur: a) bilavasitə tranzit əməliyyatları (bu halda mallar bir ölkədən digərinə üçüncünün ərazisindən, yaxud hava zolağından keçməklə daşınır); b) bilvasitə (dolayı yolla) tranzit əməliyyatları (malların gömrük anbarlarında, onların yenidən işlənmiş formada digər ölkəyə göndərilməsi məqsədilə anbarlaşdırılması) kimi başa düşülməlidir.

Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi metodları Beynəlxalq təcrübədə ticarət əməliyyatlarının yerinə yetirilməsində iki əsas metoddan istifadə olunur: bilavasitə metod və bil-

vasitə (dolayısılə) metod. Birinci metod istehsalçı (malgöndərən) ilə son istehlakçı arasında birbaşa əlaqələri nəzərdə tutur. İkinci, yəni bilvasitə metod isə malların ticarət-vasitəçi həlqəsi vasitəsilə alqı-satqısı kimi başa düşülür.

Firmalar tərəfindən *bilavasitə metod* daha geniş istifadə olunur. Buraya aşağıdakı ticarət əməliyyatları aiddir:

- xarici bazarlarda uzunmüddətli kontraktlar əsasında sənaye xammalının alqı-satqısı;
- iriqabarıtlı və bahalı avadanlığın ixrac edilməsi;
- özünün pərakəndə satış şəbəkəsi olan xarici filialları və qız şirkətləri vasitəsilə standart çoxseriyalı avadanlığın ixracı;
- inkişafda olan ölkələrin fermer-istehsalçılarından kənd təsərrüfatı məhsullarının satın alınması.

Bilavasitə ixracat və idxalat həm sənaye cəhətdən inkişaf etmiş, həm də inkişafda olan ölkələrin dövlət müəssisələrinin və idarələrinin yerinə yetirdikləri ticarət əməliyyatlarının əsas hissəsini təşkil edir. Bilavasitə əlaqələrin inkişafında və genişlənməsində transmilli korporasiyanın (FMK) özünün yaratdığı və kontragentlər sifətində çıxış edən xarici qız şirkətlərinin böyük rolu oldu. Bu şirkətlər son istehlakçılarla əlaqəyə girərək həm özünün mənsub olduğu ölkədə, həm də digər ölkələrdə satış və istehsal vahidləri ilə bilavasitə ticarət əlaqələrini genişləndirməyə səy göstərirlər.

Bilvasitə (dolaylı yolla) beynəlxalq ticarət əməliyyatları metodu. Bu metod bilavasitə beynəlxalq ticarət əlaqələrinin güclü inkişafı ilə bağlı xeyli səngidi. Buna baxmayaraq bilvasitə ixrac-idxal əməliyyatları öz əhəmiyyətini tamamilə itirməmişdir. Belə ki, beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının yerinə yetirilməsində ticarət-

vasitəçi həlqənin rolu və yeri hələ də xeyli yüksəkdir. Beynəlxalq mal dövriyyəsinə cəlb olunan malların yarısından çoxu onun köməyi ilə realizə olunur. İri sənaye şirkətləri özlərinin ikinci dərəcəli məhsullarını xüsusən çox çətin və az öyrənilmiş bazarlarda realizə etmək üçün onun xidmətinə çox ehtiyac duyurlar. Sənaye ixracatçılarının ticarət-vasitəçi xidmətindən istifadəsi bazarlarda onlar üçün müəyyən üstünlük təşkil edir. Əsasən də malların satışından sonra xüsusi texniki xidmətlərin göstərilməsini tələb edən standart növlü maşın və avadanlığın realizə edilməsi prosesində. Bunlarla bəhəm, ticarət-vasitəçi həlqə (firmalar) yerli bazarları yaxşı bilir, onların daim səbat işgüzar əlaqələri olur. Onlar satışla bağlı bütün ticarət fəaliyyətlərini, o cümlədən sənədlərin rəsmiyyətə salınmasını, reklamın təşkilini, yarmarka və sərğilərdə iştirakçı kimi çıxış etməyi və s. əməliyyatları bacarıqla həyata keçirirlər.

Mühüm cəhətlərdən biri də ticarət-vasitəçilərlə istehsalçı-ixracatçılar arasında qarşılıqlı münasibətlərin xarakterini təkmilləşdirməkdir.

İdxal-ixrac əməliyyatları sistemində gömrük-tarif tənzi Gömrük tarifi dünyanın bütün ölkələrində istifa də olunur. Milli tariflərlə yanaşı, regional (məhəlli) ticarət-iqtisadi ölkələr birliyi deyilən gömrük ittifaqları çərçivəsində vahid gömrük tarifləri sistemi vardır. Bu ittifaqın (birliyin) iştirakçı dövlətləri qarşılıqlı ticarətdə öz milli gömrük tariflərini ləğv edib üçüncü dövlətlə (ölkəylə) ticarətdə ümumi gömrük tarifi müəyyən edirlər. Həmin birliklərdən biri Qərbi Avropa birliklərinin Avropa İttifaqı (Aİ) adı altında yaratdıqları birlikdir. Avropa İttifaqı 15 ölkəni, o cümlədən Almaniyani, Fransanı, İngiltərəni, İspaniyani, Finlandiyanı və s. ölkələri əhatə

edir. Bu gömrük sistemi (Aİ) milli gömrük qanunçuluğu əvəzinə ittifaqa daxil olan ölkələr üçün vahid tarif normaları və qaydaları işləyib hazırlamağı və onları iş salmağı nəzərdə tutur.

İttifaqın qəbul etdiyi vahid gömrük tariflərinin çox hissəsi qeyri-ərzaq mallarına şamil edilir və gətirilən malın dəyərinə nisbətən faizlə müəyyən olunur. Digər az hissəsi isə malın çəkisinə, həcminə və s. nisbətən dəyər ifadəsilə müəyyənləşdirilir. Avropa İttifaqı ölkələrinə gətirilən və sonradan təkrar ixrac, yaxud həmin ölkələrin sənaye müəssisələrində yenidən işlənilməsi üçün nəzərdə tutulan mallar gömrük vergilərindən, rüsumlarından azad olunurlar.

Gömrük-tarif sistemi tənziminin mühüm vasitələrindən biri də antidempinq rüsumlarının tətbiq edilməsidir. Bu cür gömrük vergiləri (rüsumları) ixracat malları aşağı qiymətlərlə satıldıqda tətbiq olunur.

Avropa İttifaqı daxilində dempinqə ümumiyyətlə yol verilmir. Belə ki, ucuzlaşdırılmış mallar həmin aşağı qiymətlərlə öz vətəninə (istehsal olunduğu ölkəyə) qaytarılır. Avropa İttifaqının xüsusi komissiyası antidempinq siyasətini həyata keçirmək üçün aşağıdakı iki cəhəti əsas (rəhbər) tutur:

- "normal dəyər" və "mala normal qiymət" qoyulmasını;
- Avropa İttifaqı ölkələrində analoji malın istehsalına dəyən faktiki zərərin müəyyənləşdirilməsini.

Avropa İttifaqının əsasnaməsinə uyğun olaraq antidempinqin tətbiqi işinə (üsuluna, qaydasına) baxılması, onun yoxlanılması başlandığı vaxtdan etibarən bir il ərzində tamamlanmalıdır. Əgər fakt təsdiq olunarsa, məsələ aşağıdakı qaydada yoluna qoyula bilər: ya ixracatçı öhdəçilik götürəcək ki, qiymətləri qaldırsın və

göndərilən malın miqdarını azaltsın, yaxud da antidempinq vergisi, rüsumu müəyyən edilsin.

İdxal-ixrac əməliyyatlarının lisenziyalaşdırılması

İdxal-ixrac əməliyyatlarının lisenziyalaşdırılması da milli firmaların beynəlxalq ticarət razılaşmalarının həyata keçirilməsinə nəzarət edilməsinin və dövlət tənziminin bir vasitəsidir. Məsələn, idxalın lisenziyalaşdırılmasının əsasını kontingentləşdirmə¹ təşkil edir. Yəni müəyyən bir dövr ərzində, bir qayda olaraq bir ildə ölkəyə konkret malın gətirilməsinə miqdar məhdudiyotiyini - kontingent, yaxud kvota müəyyən edilməsini nəzərdə tutur. Kvotadan istifadə etmə üzərində nəzarət, verilən idxal lisenziyalarının qeydiyyat və rəqəsi vasitəsilə həyata keçirilir. İxracın lisenziyalaşdırılması da əsasən eyni qaydada müəyyənləşdirilir.

Növlərinə görə lisenziyalar əsas (firmaya verilən və müəyyən dövr ərzində daim qüvvədə qalan) və fərdi (konkret beynəlxalq ticarət razılaşması üzrə birdəfəlik verilən) lisenziyalar kimi fərqləndirilir. Lisenziyaların verilməsi (alınması) qaydası milli qanunçuluq normaları ilə nizama salınır. Lisenziyalaşdırma müvəqqəti tədbir kimi sayılsa da, o, xarici ticarət əməliyyatlarının beynəlxalq tənziminin təsirli alətidir.

Dünya ticarəti təcrübəsi göstərir ki, lisenziyalaşdırma xarici valyutanın xərclənməsinə nəzarət məqsədilə istifadə olunur. O, həm də daxili bazarın tələbinin ödənilməsinə təmin edən məhsul ixracını məhdudlaşdırma məqsədini güdür, əks təqdirdə daxili bazarda həmin məhsulun qiyməti qalxa bilər.

¹ Kontingent - miqdar, heyət, yaxud da tərkib deməkdir. Burada o, miqdarı (həjmi) ifadə edir.

Gömrük vergiləri və rüsumları Vergi və rüsumlar beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının tənzim edilməsi üçün mühüm vasitədir. Müasir şəraitdə onların rolu durmadan artmaqdadır. Gömrük vergiləri və rüsumları bir qayda olaraq sərhədboyu və daxili vergilərə (rüsumlara) ayrılır.

Sərhədboyu vergi və rüsumlara öz təyinatına görə bilvasitə yerli mallardan tutulan vergilərə uyğun gələn bərabərləşdirici vergidir. Bu vergilər idxal mallarından tutulan gömrük vergiləri və bəzi rüsumlar da daxil olmaqla qiymətdən hesablanır.

Daxili vergilərə aksiz rüsumlar, qeydiyyat üçün vergilər, yol rüsumları və s. aiddir.

Gömrük rüsumları və vergilərin ödənişləri və kodları aşağıdakı kimi təsnifləşdirilmişdir (1-ci olavə).

§ 2. İdxalat-ixracat əməliyyatlarının uçotu və onun unifikasiyası

Beynəlxalq ticarət təcrübəsində gömrük-tarif əməliyyatları çoxcəhətli olur. Buna görə də onun tənzimi və uçotunun, xüsusən statistik uçotunun aparılmasına ticarət-tarif əməliyyatlarının unifikasiyasının böyük əhəmiyyəti vardır. Bu məqsədlə Gömrük Əməkdaşlıq Şurası adı altında çoxcəhətli gömrük-tarif praktikasını tənzimləyən və gömrük nəzarəti sahəsində əlaqələndirmə və metodik mərkəz olan hökumətlərarası təşkilat yaradılır. Gömrük Əməkdaşlığı Şurası fəaliyyətinin əsas istiqaməti gömrük tarifləri sistemində malları təsnifləşdirmək üçün vahid unifikasiya olunmuş nomenklatur (siyahı) yaratmaqdan ibarətdir. 1961-ci ildə onun işində həmin şuranın tərkib üzvləri olan 29, 1971-ci ildə 66, 1981-

ci ildə 93, 1987-ci ildə isə 103 ölkə iştirak edirdi.

Belə hesab edirlər ki, gömrük uçotunun unifikasiyasının birinci mərhələsi Gömrük Əməkdaşlığı tərəfindən 1959-cu ildən etibarən qüvvəyə minmiş Brüssel Gömrük Nomenklaturu olmuşdur. Artıq 1987-ci ildə o, dünya ticarətinin 8%-ni əhatə edir və 150 ölkədə tətbiq olunurdu. 1973-cü ildən başlayaraq Gömrük Əməkdaşlığı Şurasının himayəsi altında 60-dan çox ölkənin mütəxəssisləri və 20 beynəlxalq təşkilat yeni Brüssel nomenklaturunun yaradılması üzrə iş aparmağa başladı. Yeni nomenklatur həm gömrük tarifləri üçün, həm statistikada malların təsnifatı üçün, həm də nəqliyyat tarifləri üçün tətbiq oluna bilər. Bu nomenklatura artıq 1978-ci ildə dərc olunub 10 üzv ölkə arasında yayılmışdır.

Gömrük Əməkdaşlığı Şurası fəaliyyətinin mühüm istiqamətlərinin bir sahəsi də texniki əməkdaşlıq və təhsildir. 1984-cü ildə Şuranın "Gömrük qanunlarının və texniki əməkdaşlığın uyğunlaşdırılması və standartlaşdırılması üzrə konvensiyanın və digər beynəlxalq vasitələrin işlənilib hazırlanmasına dair" bəyannaməsi qəbul edildi. 1988-ci ildə isə həmin Şura 1990-cı illər üçün aşağıdakı əsas istiqamətləri əhatə edən proqram qəbul etdi:

1. Gömrük Əməkdaşlığı Şurasının iş vasitələri kimi, beynəlxalq gömrük standartları işlənilib hazırlansın və onların cəmiyyətlə tətbiqi təmin olunsun.

2. Unifikasiyalaşdırılmış və sadələşdirilmiş idxal-ixrac üzrə gömrük qaydaları və üsulları işlənilib hazırlansın.

3. Gömrük qaydalarının hər cür pozulmasına və qaçaqmalçılığa qarşı nəzarət və mübarizənin təcrübə tədbirləri işlənilib hazırlansın.

4. Kadrların hazırlanmasında şuranın üzv dövlətlərinə kömək

göstəriləsin.

5. Gömrük xidmətləri və beynəlxalq ticarətin digər iştirakçıları arasında məlumatların elektron mübadiləsi sistemi inkişaf etdirilsin.

Malların təsviri və kodlaşdırılmasının harmonik sistemi və onun nomenklatur strukturu

Malların təsvirinin və kodlaşdırılmasının harmonik sistemi 1988-ci ilin başlanğıcında qüvvəyə minmişdir. Bu sistem beynəlxalq ticarətin predmeti - tədavüldə olan mallar üçün yeni çoxməqsədli təsnifçi sistemdir. Harmonik sistem xarici ticarət tədavülündə olan bütün malları əhatə edir. Onun tətbiqlə bir sıra problemlər müəyyənləşdirilir, o cümlədən:

- ticarət və gömrük sənədlərinin tərtibi sadədir, onların avtomatik işlənməsi yüngülləşir;

- bütün parametrlər (həcm, dəyər, təyinat ölkəsi və i.a.) üzrə yazışmalara, təsnifata və beynəlxalq ticarət yüklərinin uçotuna sorf edilən məsərəflərin qənaət olunmasına əlverişli imkan yaranır;

- beynəlxalq ticarət və iqtisadi təhlilin aparılması üzrə məlumatların toplanması, uçotu və müqayisəsi işləri sadələşir;

- dünya ticarət təşkilatlarında tarif güzəştləri mübadiləsi asanlaşır;

- harmonik sistemin nomenklaturunun əsas ünsürlərinin iki sistemi vardır: təsnifatlar sistemi və kodlaşdırma sistemi.

1. Təsnifatlar sistemində əsasən mallar mənşəyinə, təyinatına, işlənilib hazırlanması nişanələrinə görə qruplaşdırılır. Məsələn, *təyinatına görə* onlar ərzaq malları və içkilər, qeyri-ərzaq malları, sənaye xammalı, yanacaq və sürtkü materialları, alətlər də daxil

olmaqla maşınlar və avadanlıqlar, nəqliyyat vasitələri (istehsal və şəxsi istehlak təyinatlı) kimi, *işlənib hazırlanmasına görə* isə xammal malları, yarımfabrikatlar hazır məhsul kimi fərqləndirilir.

2. Kodlaşdırma sistemi imkan verir ki, toplanan informasiyalar EHM-də işlənilməsi üçün rahat və münasib formada kodlaşdırılsın, müəyyən məlumatların axtarışı, sortlaşdırılması və cəmləşdirilməsi üzrə müəyyən metodlardan istifadə edilməsi mümkün olsun.

Harmonik sistemin nomenklaturu aşağıdakı formada tərtib edilir. (1-ci cədvəl).

I-ci cədvəl

Harmonik sistemin nomenklaturu

Bölmələrin kodu	Bölmələrin adı	1999-cu ildə həmin bölməyə aid olan malların dünya ixracında xüsusi çəkisi (%)
I	Diri mal-qara və mal-qara mənşəli məhsullar	2,5
II	Bitki mənşəli məhsullar	4,0
.....
XV	Qara və əlvan metallar və onlardan alınan məmulat	7,9
...
XXI	İncəsənət əsərləri, kolleksiya yığma və antikvar (əntiq)	0,2

Gömrük məqsədlərilə malların dəyərləndirilməsi üzrə razılaşmalar Gömrük tarifləri malların qiymətlərilə sıx surətdə bağlıdır. Bu, hər şeydən əvvəl, gömrük vergilərinin həddlərini müəyyən etmək üçün mühüm şərtidir.

1970-ci illərin sonunadək olan dövrdə malların gömrük qiymətləndirilməsində milli metodikalar çox fərqli idi. Bu, neqativ

hallara gətirib çıxarırdı. Belə ki, vergi idxal olunan malın dəyərindən, yaxud da miqdarından tutulurdu. 1981-ci ildən gömrük qiyməti üzrə yeni razılaşma (saziş) qüvvəyə mindi. Bu razılaşmalara əsasən idxal olunan malların gömrük qiyməti bazasını hesab-faktura təşkil edir ki, bu da ümumdünya ticarət təşkilatları olan bütün ölkələr üçün məcburidir. Vergi malın miqdarından deyil, həmin qiymətdən tutulur.

Əgər partiyolar arasındakı razılaşma əsasında malın qiyməti onun real dəyərinə uyğun gəlmirsə, bu halda aşağıdakı metodlardan istifadə olunur:

- həmin ölkəyə ixrac olan analoji malın qiymətinin xarici ticarət qiymətilə müqayisə etmə metodu;

- malın dəyərini ilk dəfə idxal olunan eyni malın qiyməti əsasında müəyyən etmə metodu;

- tədavi xərclərini və əlavə dəyər digər məsrəf hissəciklərini çıxmaq şərtilə;

- dəyər hesablanması metodu. Bu metod istehsal xərclərinə, yəni xammal və materialların əldə olunmasına, onların işlənilib hazırlanmasına, orta mənfəətə və istehsalla əlaqədar digər məsrəflərin yekununa (cəmləşdirilməsinə) əsaslanır;

- idxalat mal dəyərini hesablanması yuxarıda göstərilən birinci üç hesablama metodu ilə mümkün olmadıqda, razılaşma (saziş) prinsipinə uyğun gələn digər metodlar da tətbiq oluna bilər. Beynəlxalq ticarət təcrübəsində gömrük dəyərləndirilməsi üçün razılaşmada (sazişdə) iştirakçı ölkələrin çox hissəsi, əsasən kontrakt qiymətlərini tətbiq edirlər.

Ümumi preferensiya¹ sistemi (ÜPS) Bu sistem çərçivəsində inkişaf etmiş ölkələr birtərəfli inkişaf etməkdə olan ölkələrə, onlar, yəni həmin ölkələr aviataxnika malları (məhsulları) idxal etdikdə, gömrük-tarif güzəştləri (imtiyazları) verirlər. Bu sistem beynəlxalq ticarət təcrübəsində 1970-ci ildən tətbiq edilir.

Ümumi imtiyazlar sistemi (ÜİS) 1971-ci ildən Avropa İqtisadi Birliyində (AİB) və Yaponiyada, 1972-ci ildən Avstriya, Norveç, İsveç, İsveçrə, Yeni Zelandiya və Finlandiyada, 1974-cü ildən Kanadada, 1976-cı ildən isə ABŞ-da və i.a. mövcuddur.

Çoxcəhətli gömrük-tarif sisteminin tənzimində həmin sistem (ÜİS) xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu sistem çərçivəsində preferensiya (imtiyaz), ya gömrük vergiləri tamamilə ləğv edilir və (güzəştə gedilir) ya da cərimələr xeyli aşağı salınır.

Fəqət, tarif güzəştləri inkişaf etmiş ölkələrin bir sıra müasir sənaye mallar ixracına, məsələn, parça, gön-dəri və ondan istehsal olunan məmulata, neft məhsullarına, işlənib hazırlanmış kənd təsərrüfat məhsullarının böyük bir hissəsi və bu kimi mallara şamil edilmir.

İmtiyazların (preferensiyaların) həddi müxtəlif olur.

§ 3. Birbaşa əlaqələr şəraitində beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinə hazırlıq məsələləri

Beynəlxalq idxal-ixrac sövdələşmələri təcrübəsi müəyyən ticarət fəaliyyətinin bir sıra növlərini nəzərdə tutur ki, bu da

¹ Üstünlük, imtiyaz, güzəşt deməkdir.

aşağıdakı müxtəlif mərhələlərdən və pillələrdən ibarətdir: alqı-satqı kontraktlarının bağlanmasına hazırlıq; kontraktların bağlanması; kontraktların icrası. Bunların hər birində konkret vəzifələr (sazişlər) yerinə yetirilir. İlk vəzifə hər iki tərəf üçün, istər idxalatçı olsun, istərsə də ixracatçı, kontragent seçməkdir. Bu isə çox mürəkkəb və mühüm məsələdir.

Əldə olunacaq nailiyyət onun, yəni kontragentin (ölkənin) xarakterindən, razılaşmanın predmetindən asılıdır. Ancaq bundan sonra ixracatçı, yaxud idxalatçı kontrakt bağlamaq üçün razılaşmalara qoşulur.

**İxracat sövdələşmə-
lərinə hazırlıq üsulları** - Birbaşa əlaqələr əsasında satıcının (ixracatçı) potensial alıcı (idxalatçı) ilə əlaqə yaratması üçün aşağıdakı üsullardan

istifadə edilir:

- bir, yaxud bir neçə alıcıya təklif (ofert) göndərilir;
- alıcının sifarişini qəbul edilir və bu barədə ona razılıq bildirilir;
- alıcının xahişinə (tələbinə) rəsmi cavab göndərilir;
- torqun təşkilatçılara tender¹ təklif etməklə torqda (sövdələşmədə) iştirak etmək;
- ticarət-sənaye sərgilərində və yarmarkalarında iştirak etmək;
- mümkün alıcıya (seçdiyi kontragentə) konkret saziş (kontrakt) bağlamaq üçün məktub göndərmək;
- telefon, teletayp, yaxud telefaks vasitəsilə kontrakt şərtlərinə razılığın nəticəsi kimi kontraktın proformasını (zəhəri rəsmiyyətini) göndərmək;
- reklam elanları yerləşdirmək, alıcıya (idxalatçıya) kataloqlar,

¹ Tender - (ing. Tender, tend - xidmət etmək, tender - xüsusi konstruksiyalı vaqon)

preyskurantlar, prospektlər (mal haqqında) göndərmək və idxalatçının milli bazarında reklam kompaniyası təşkil etmək və həyata keçirmək.

Təşəbbüs satıcı (ixracatçı) tərəfindən olduğu halda, təklifi (oferti) birinci o, göndərir. Ofert, yuxarıda deyildiyi kimi, yazılı təklifdir. Bu təklifi göndərən ölkə (firma) isə bu halda "oferent" adlanır. Əgər təklif eyni vaxtda bir neçə qeyri-müəyyən hüquqi şəxsə göndərilirsə, bu halda ticarət təcrübəsində o, ofert sayılmır, ancaq ofert eləmək üçün dəvətdir.

Beynəlxalq ticarət təcrübəsində iki cür ofert fərqləndirilir: möhkəm (səbatlı) ofert və sərbəst ofert.

Möhkəm (səbatlı) ofert oferent tərəfindən konkret bir alıcıya (idxalatçıya) müəyyən partiya (dəst) malın satışı üçün göndərilən yazılı təklifdir. Bu halda satıcı öz təkliflə bağlı olduğu üçün başqasına eyni təklifi edə bilməz. Buna görə də yazılı təklifdə icra müddətini də göstərmək lazım gəlir. Əgər kontrofert satıcıya (ixracatçıya) özünün bəzi narazılıq şərtlərini bildirirsə və satıcı onları qəbul edirsə, bu halda o, yəni oferent yazılı formada razılığa gəlir. Əks təqdirdə oferent ya həmin ofert üzrə öhdəçiliyindən azad olduğunu bildirməli, yaxud da idxalatçıya yeni ofert (idxalçının bəzi şərtləri nəzərə alınmaqla) göndərməlidir.

Sərbəst ofert. Bu növ ofertlə bir qayda olaraq eyni partiya mal bir neçə mümkün alıcıya təklif edilir, həm də buna cavab üçün müddət qoymur. Kontrofert yazılı razılığını bildirənədək sövdələşmə bitmiş hesab olunur. Müasir şəraitdə sərbəst ofertdən nadir hallarda istifadə edilir. Satıcılar (ixracatçı istehsalçılar) sərbəst bazara bel bağlaya bilmirlər, konkret tələbə əsaslanırlar.

İxracat sövdələşmələrinə hazırlıq üsullarından biri də

təcrübədə çox geniş yayılmış sifariş şərtlərinin öyrənilməsidir. Bu cür sifariş satıcı (ixracatçı) tərəfindən öyrənilir və aşağıdakı iki formadan biri kimi cavab verilir:

a) "Sizin . . . sayılı - 70 tornaçı dəzğahı haqqında sifarişinizi aldığımızı təsdiqləyirik. Sifariş yerinə yetiriləcəkdir".

Yaxud da sadəcə olaraq:

b) "Sizin 70 dəzğah haqqında sifarişinizi qəbul etdik və onu icra edəcəyik".

Əgər danışıq üçün təşəbbüs alıcı tərəfindəndirsə, bu halda o, satıcıya müraciət edir ki, təklifinizi (oferti) göndərin. Buna adətən "sorgu" deyilir.

İxracat üzrə ticarət sazişlərinin ümumi modelini aşağıdakı kimi öks etdirmək olar (1-ci şəkil).

Beləliklə, ixracat sövdələşmələrinin hazırlanması üçün öncədən aşağıdakı sənədlər zəruridir: a) təklif (oferta); b) kontrakt (alıcı və satıcı arasında razılaşmaya şəhadətlik edən sənəd); v) sifarişin təsdiq edilməsi (sifarişin yerinə yetirilməsi öhdəçiliyini təsdiq edən sənəd); q) hesab-proforma (ilkin sənəd, yəni hazırlıq üçün lazım olan "hesab" kimi bəyənilmiş sənəd); d) malgöndərmə üzrə təlimat üçün sifariş (alıcının sifariş etdiyi malın göndərilməsinə təlimatın həmin alıcı tərəfindən bildirilməsini xahiş edən satıcının verdiyi sənəd); ğ) tender (oferentin təklif etdiyi malın texniki şərtlərində qeyd olunan konkret tələblərlə sifarişçinin razılaşdığını bildiren sənəd).

İdxalat sövdələşmələrinə Kontragentlərlə əlaqə yaratmaq üçün
hazırlaşma üsulları idxalatçı(alıcı) aşağıdakı üsullardan istifadə edir:

- məlum satıcıya (ixracatçıya) sifariş vermək;

- idxalatçını maraqlandıran mallar barədə istehsalçıya (ixracatçıya) sorğu göndərmək;

- sövdələşmək üçün bu sövdədə iştirak etmək istəyənləri həvəsləndirmək məqsədilə torq (ticarət) elan etmək;

- mümkün istehsalçıya onun reklamı, yaxud informasiyası barədə arzu və məramına cavab olaraq işgüzar məktub göndərməklə öz arzu və məqsədlərini bildirmək;

- potensial ixracatçıya özünün danışıqlarda iştirak etmək niyyəti, arzusu barəsində cavab göndərmək;

- ixracatçının təklifinə (ofertinə) mübalighəsiz aksept (pul sənədinin ödənilməsinə razılıq haqqında qeyd) göndərmək;

- yuxarıda qeyd edildiyi kimi, çox yayılmış üsullardan biri istehsalçıya sifarişlərin verilməsidir. Sifarişdə malların adı, miqdarı, göndərilmə vaxtı və s. göstərilir. Əgər ixracatçı sifariş və ona əlavə edilən spesifikasiya ilə razıdırsa, bu halda o, (istehsalçı) sifarişi təsdiq edir və bununla da razılaşma tamamlanmış hesab olunur. Sifariş aşağıdakı formada verilir.

Beləcə, idxalat sövdələşmələrinin aparılmasına hazırlıq üçün aşağıdakı sənədlərin hazırlanması lazım gəlir:

a) Sorğu. Müəyyən malın satın alınmasında marağı olan tərəfin lazımi şərtləri dəqiqləşdirməklə həmin malı əks etdirən sənəd;

b) Niyyət və arzu barədə məktub. Bu məktub vasitəsilə alıcı malı satın almaq barədə öz niyyətini bildirir.

v) Sifariş. Alıcının öncədən malı satın almaq üçün satıcıya göndərdiyi sənəd;

q) Tender sənədi. Bu sənəd isə sifarişçinin gözlədiyi təklifə (ofertə) dair texnika informasiyalı tələbləri müəyyən edir.

§ 4. Alqı-satqı kontraktlarının (müqavilələrin) bağlanması

Müqavilə münasibətləri müqavilə qabağı dövr keçirir. Bu dövrdə ilkin danışıqlar gedir. Qarşıda duran sövdələşmənin (sazişin) əsas şərtləri müəyyənləşdirilir. Bu danışıqlar yazışmalar (poçta, teleqraf, teletayp, faks), şəxsi görüşlər və telefon danışıqları yolu ilə həyata keçirilir. Bunlardan ən geniş yayılanı yazışmadır.

Xarici ticarət sazişlərin (razılaşmaların) əsas üstünlükləri onların operativliyi, cəldliyi, praktikliyi (sifarişlərin teleqraf, faks, yaxud teletayp vasitəsilə aparılması) və qənaətcil olmasıdır. Yazışmanı azaltmaq, şəxsi danışıqlara geniş yollar açmaq müasir dövrün tələblərindən biridir.

Şəxsi danışıqlar sərgilərdə və yarmarkalarda üstünlük təşkil edir, daha əlverişli olur. Burada eyni zamanda kontraktlar da bağlamaq mümkündür.

Alqı-satqı kontraktlarının bağlanması üsulları – Beynəlxalq ticarət təcrübəsində ixrac-idxal sazişləri bağlanmasının müxtəlif üsulları, qaydaları tətbiq olunur.

Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

1.İştirakı olan kontragentlər kontraktı hökmən imzalamalıdır. Alqı-satqı kontraktı o zaman bağlanmış hesab edilir ki, hüquqi ünvanlar göstərilməklə tərəflər ciddi müzakirədən sonra ona imza atsınlar. İmza atanlar buna hüququ şəxslər ola bilər. Həm də müqavilə münasibətləri o zaman rəsmi xarakter (rəsmi sənəd forması) alır ki, onu iştirakçıların hamısı imzalamış olsun. Əgər tərəflər ikidirsə, müqavilə iki nüsxədə, əgər üç və daha çoxdursa, həmin müqavilələri onların hamısı imzalamalıdırlar.

Əgər satıcı və alıcı eyni yerdədirsə (məkandadırsa), onlar kontraktı birgə imzalayırlar. Müxtəlif coğrafi məkanda olduqda onlardan biri müqavilənin bütün nüsxələrini imzalayır və imzalanması üçün digərlərinə göndərilir.

2. Satıcının möhkəm ofertinin alıcı tərəfindən aksept olunması. Əgər alıcı ofertin bütün şərtlərilə razıdırsa, o, satıcıya rəsmi (yazılı) razılıq məktubu göndərir və məktubda qeyd-şərtsiz olaraq aksept olunduğu, yəni satıcının möhkəm ofertinin qəbul edildiyi bildirilir. Əks təqdirdə, aydınlıq gətirmək üçün alıcı öz şərtlərini əlavə edə bilər.

3. Alıcının kontrofertinə satıcının aksepti. Alıcı, yuxarıda göstərilədiyi kimi, bir və bir neçə şərtlərlə razı olmadıqda, o, özünün əlavə şərtlərini bildirməklə kontrofert göndərir. Satıcı həmin yeni şərtlərlə razı olduqda, onu aksept edir, əks təqdirdə, onun satıcısının təklifi ilə yeni razılaşmalar prosesi başlayır.

4. Alıcı tərəfindən verilən yeni sifarişin (əlavə şərtlər verildikdən sonra) satıcı tərəfindən aksept edilməsi (bəyənilməsi). Bu halda saziş (razılaşma) iki sənədlə rəsmiləşdirilir: alıcının sifarişi və satıcının (malgöndərənin) təsdiqi. Saziş bağlanmasının bu üsulu kontragentlərin uzun müddət işgüzar münasibətlərdə olduğu halda istifadə edilir. Belə sifarişlər çox hallarda işlənilib hazırlanacaq və yaradılacaq mürəkkəb strukturlu avadanlığa şamil edilir. Bu halda bir qayda olaraq, alıcı satıcıyı öncədən maliyyələşdirir (iri məbləğdə avans verir). Adətən, belə məhsulun (təyyarə, elektrovoz və s.) yaradılması əsasən alıcı hesabına həyata keçirilir.

5. Kontragentlər arasında öncədən razılaşdırılmış danışıqların təsdiqlənməsi barədə məktublaşma. Bütün şərtlər

konkret formada bəyənildikdə razılaşmanın əsas şərtləri yazılı qaydada hökmən təsdiqlənməlidir. Bu halda yeni alqı-satqı kontraktları müxtəlif formalarda ola bilər. Məsələn, yazılı, şifahi, qismən yazılı və qismən şifahi.

Bir çox məmləkətlərin milli qanunvericiliyi müqavilənin (kontraktın) hökmən yazılı formasını tələb edir. həm də bu müqavilə (kontrakt) öncədən ofert, aksept və s. formada yazılı şəkildə başa çatdırıldıqdan sonra rəsmiləşdirilir və qüvvəyə minir.

Kontrakt (müqavilə) üzrə tərəflərin hüquq və vəzifələri bütün kontragentlərin məsuliyyətli nümayəndələri tərəfindən imzalandığı andan qüvvəyə minir.

Beynəlxalq təcrübədə bəzi hallarda razılaşmalar (sazişlər) şifahi qaydada da bağlanıla bilər. Bununla belə, şifahi razılaşmalar sonralar hökmən yazılı kontraktlarla (müqavilələrlə) təsbit olunmalıdır.

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi metodlarını göstərin.
2. İdxalat-ixracat əməliyyatları sistemində gömrük-tarif məsələləri necə tənzimlənir?
3. İdxalat-ixracat əməliyyatlarının uçotu, onun unifikasiyası və malların kodlaşdırılmasının yeri və rolu.
4. İxracat və idxalat sövdələşmələrinə hazırlıq üsullarını xarakterizə edin.
5. Alqı-satqı kontraktlarının bağlanması üsulları və qaydalarını müəyyənləyin.

IV FƏSİL. BEYNƏLXALQ ALQI-SATQI KONTRAKTLARI (MÜQAVİLƏLƏRİ)

§ 1. Beynəlxalq ticarətdə birtipli kontraktlar

Beynəlxalq ticarətdə birtipli kontraktlar çox geniş yayılmışdır. Birtipli kontrakt (müqavilə) dedikdə öncədən dürüst ifadə olunmuş və yazılı formada şərh edilmiş nümunəvi müqavilə, yaxud unifikasiya olunmuş bir sıra şərtlər məcmuyu başa düşülür. Bu ticarət təcrübəsi nəzərə alınmaqla və dəqiq, dürüst razılaşmadan sonra kontragentlər tərəfindən rəsmiləşdirilmiş alqı-satqı sənədidir. Birtipli kontrakt müəyyən bir mala, yaxud mal qrupuna, yaxud da müəyyən bir ticarət (alış-veriş) növünə tətbiq edilir.

Birtipli kontraktın ümumi şərtlərin məzmunu və mahiyyəti

Birtipli kontraktın formaları müxtəlif ola bilər. Bunu aşağıdakı şərtlərdən daha aydın görmək olar:

1. Bu sənəd kontrakt iştirakçıları tərəfindən razılaşdırılması tələb edilən müqavilə maddələri, məsələn, tərəflərin adı, malın miqdarı, keyfiyyəti, qiyməti, göndərmə müddəti, göndərilən yeri və s. doldurulduqdan və imzalandıqdan sonra müqavilə şəklini alır və eyni zamanda kontrakt kimi də istifadə olunur;

2. Beynəlxalq təcrübədə nümunəvi (birtipli) kontraktı, həm də ümumi alqı-satqı şərtləri məcmuyu adlandırırlar. Həmin şərtlər ticarət təcrübəsində bir qayda olaraq, malgöndərmənin bazis (ilkin) şərtləri nəzərə alınmaqla işlənilib hazırlanmış müqavilə maddələrinin siyahısını təşkil edir.

Birtipli kontraktlar əsasən aşağıdakı sövdələşmələr

(razılaşmalar) əsasında bağlanılır:

a) maşınların, dözqahların, avadanlığın, şəxsi istehlak mallarının standartlara uyğun növləri üzrə;

b) uzunmüddətli dövr üçün göndərilən sənaye xammalı üzrə;

v) kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə;

q) birjalarda kütləvi xammal və ərzaq malları və s. üzrə.

Birtipli kontraktların geniş yayılması bir tərəfdən beynəlxalq ticarəti şərtlərinin vahid şəkllə salınması (unifikasiyası), digər tərəfdən isə onlardan istifadə olunması əlverişliliyi ilə bağlıdır. Bu kontraktlar (müqavilələr) bir qayda olaraq dövrdən-dövrə yenidən baxılır və lazım gəldikdə vaxtaşırı dəyişilir. Bu, əsasən dünya bazarında idxalatçı və ixracatçı tərəflər arasındakı qüvvələr nisbətinin dəyişilməsilə bağlıdır. Buna ikinci bir səbəb də ticarətin təşkilati-texniki şəraitinin və elmi-texniki tərəqqinin durmadan inkişafıdır. Xüsusən, yükdaşıma vasitələrinin, alternativ marşrutlarının, keyfiyyətinin müəyyən edilməsi metodlarının dinamikliyini buna misal gətirmək olar.

Birtipli kontraktlar aşağıdakı hüquqi subyektlər tərəfindən işlənib hazırlanır:

- sahibkarlar ittifaqı (məsələn, birliklər, assosiasiyalar, federasiyalar);

- inhisar birlikləri və iri firmalar;

- BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyası (AİK).

Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının əhəmiyyətinin durmadan artması kontraktların mühüm şərtlərinin tipləşdirilməsi zərurətini labüd edir. Bu, ayrı-ayrı firmalarda kontraktların birtipli formalarının işlənib hazırlanmasına, ciddi marağın oyanmasına səbəb olur.

Beynəlxalq ticarətdə sazişlərin (sövdələşmələrin) şərtlərinin

unifikasiyası məsələlərinə müxtəlif ixtisaslaşmış beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən də böyük əhəmiyyət verilir. Bununla bağlı, birtipli kontraktların hazırlanması və onun beynəlxalq ticarətdə tətbiq edilməsi BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyasının diqqət mərkəzində durur. Məsələn, onun rəhbərliyi altında birtipli kontraktların və alqı-satqının ümumi şərtlərinin 30 variantı işlənib hazırlanmışdır. Bunu qeyd etmək kifayətdir ki, 1965-ci ildə taxılın alqı-satqısı üzrə 16 variantda müqavilə hazırlanmışdır. Bundan əlavə, maşın və avadanlıq ixracının ümumi şərtləri (1955), xaricdə maşının, avadanlığın quraşdırılmasının ümumi şərtləri (1963), uzunmüddətli istifadə olunan istehlak mallarının ixracatı üçün ümumi alqı-satqı şərtləri (1961) və bir sıra sair mallar üzrə ümumi alqı-satqı şərtləri işlənib hazırlanmışdır.

1982-ci ildə sənaye mallarının göndərilməsinə dair beynəlxalq müqavilələr üzrə ekspertlərin 20-ci sessiyasının iclasında BMT AİK-nin hazırladığı birtipli kontraktların və ümumi şərtlərin geniş istifadə olunması məsələsinə xüsusi diqqət yetirmişdi.

Alqı-satqının ümumi şərtləri Bu şərtlər aşağıdakılardan ibarətdir:

1. *Malların qiyməti müqavilənin qüvvədə olduğu dövr ərzində dəyişməz qalır.* Həmin qiymətə qablaşdırma, markalanma və konservasiya (mühafizə etmə, saxlama) dəyərləri, Lixter¹ işlərinin, o cümlədən kranlardan istifadə, malların gəmi bortuna yüklənməsi, yerləşdirilməsi dəyərləri, habelə hər cür vergilər, gömrük haqqı və s. daxil edilir.

2. *Malların keyfiyyəti zavod (fabrik) - istehsalçının texniki*

¹ Lixter - iri gəmilərin yükləmə-boşaltma üçün yastıdıbli yelkənli gəmidir.

şərtlərinə tam uyğun gəlməlidir.

3. *Malların dəyəri aşağıdakı sənədlər alındıqdan sonra alıcı tərəfindən ödənilir.*

- spesifik xüsusiyyətləri göstərilmiş hesab - 4 nüsxə;
- xalis bort konosamentlər - 1 ödəmə əsli, 4 ədəd surəti;
- malın keyfiyyəti haqqında zavod (fabrik) - istehsalçının sertifikatı, yaxud satıcının zəmanətverici məktubu.

4. *Keyfiyyətinin qorunub saxlanması üçün mallar ehtəsə konservləşdirilməli, qablaşdırılmalı və markalanmalıdır ki, uzunmüddətli nəqliyə və daşıma ərzində onların keyfiyyətinə zərər gəlməsin. Əks təqdirdə satıcı alıcının zərərinə ödəməlidir.*

5. *Satıcı öz hesabına teleqraf, faks və yaxud teletayp vasitəsilə mal göndərmə vaxtına 30 gün qalmış alıcıya malların göndərilməyə hazır olduğunu bildirməlidir. Həmçinin gəmi limandan çıxan andan 24 saat ərzində ona (alıcıya) gəminin adını göstərməklə məlumat verməlidir.*

6. *Malın göndərilməsi vaxtına 20 gün qalmış satıcı əlavə olaraq alıcıya aşağıdakı texniki sənədləri təqdim etməlidir:*

- malın (şəyinin) istifadə (istismar) olunması təlimatını;
- maşın və avadanlığın texniki xidməti və təmiri üzrə əsaslanması (təlimatı);
- ehtiyat hissələri kataloqunu;
- hər bir maşın, yaxud avadanlıq üçün ayrıca istismar etmə təlimatını;

7. *Mallar o zaman təhvil və qəbul edilmiş olur ki, əvvəlcə, malın yeri və çəki miqdarı konosamentdə¹ göstərilən məlumatlara uyğun gəlsin; ikincisi, malın keyfiyyəti sertifikatda göstərilən*

¹ Konosament - gəmidə göndərilən (yola salınan) yük üçün verilən sənəd.

əlamətlərə uyğun olsun. Malın son qəbulu mal gəldikdən sonra yük (mal) alanın anbarında tamamlanır.

8. *Satıcı satdığı malın işə salındığı andan müəyyən edilmiş vaxt ərzində (zəmanət müddəti) normal işlənməsinə məsuliyyət daşıyır.* Əgər malın işə salınması satıcının günahı üzündən ləngiyirsə, təminat (zəmanət) müddəti ləngimə vaxtı qədər artırılır.

9. *Malın göndərilməsi tarixi* bort konosamenti hesab olunur. Göndərmə vaxtı ötdükdə satıcı yükün dəyərindən 0,5% cərimə verir (birinci 4 həftə ərzində). Bundan sonra faiz dərəcəsi sonrakı hər həftə üçün 1% artırılır və s. Faiz dərəcəsi 10%-dək qalxa bilər.

10. *Satıcı, əgər zəruridirsə, öz hesabına və öz riskinə ixrac lisenziyası almalıdır.* Əgər lisenziyanı vaxtında ala bilməsə, alıcı müqaviləni ləğv edə bilər.

11. *Alıcı satıcı qarşısında aşağıdakı hallarda iddia qaldıra bilər:* əvvəla, keyfiyyəti uyğun gəlmədikdə; ikincisi, malın miqdarına görə (qırılması, zədələnməsi də nəzərə alınmaqla); üçüncüsü, göndərmə təminatı tamam olduğu (zəmanət müddəti bitən) andan 30 gün ərzində; İddiaların tərtibi qaydası və formaları "Əlavələr"də verilir (1-ci, 2-ci və 3-cü əlavələr)

12. *Müqavilə üzrə öhdəçiliklər qismən, yaxud tamamilə yerinə yetirilmədikdə.* Əgər bu, qarşısı alınma qüvvələrin baş verməsi nəticəsində (yanğın, sel, zəlzələ və i.a.) baş veribsə, tərəflər məsuliyyətdən azad olurlar. Bu halda tərəflər 10 gün ərzində bir-birinə məlumat verməlidirlər.

13. *Həmin müqavilədən irəli gələn hər cür mübahisələr, iddialar və narazılıqlar* arbitraj vasitəsilə həll olunur.

14. *Müqaviləyə cdilmiş əlavələr onun ayrılmaz hissəsi sayılır.*

15. *Satıcı alıcıya təminat verir ki, göndərdiyi malların hamısına patent və ixtira sənədləri vardır.*

16. *Tərəflərdən hər biri müqavilə üzrə öz hüquqlarını və vəzifələrini üçüncü tərəfə (şəxsə) verə bilməz.*

17. *Bank xərclərini hər iki tərəf öz məmləkətindəki banklar hesabına həyata keçirirlər).*

18. *Müqavilədə edilən hər cür dəyişiklik və əlavələr ancaq hər iki tərəf imzaladıqdan sonra qüvvəyə minə bilər.*

19. *Müqavilə imzalandıqdan sonra həmin obyekt üzrə ondan əvvəlki danışıqlar və sənədlər öz qüvvəsini itirir.*

20. *Müqavilənin bağlandığı yer (şəhər) hökmən göstərilməlidir. Alqı-satqı müqaviləsinin məzmunu və formasını 5-ci əlavədən görmək olar.*

Ticarət qaydaları və adətlərinin beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə rolu — Beynəlxalq ticarət təcrübəsində qəbul edilmiş qaydalar (adətlər) müqavilə üzrə tərəflərin təhüddələrinə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Ticarət adəti (qaydası) dedikdə beynəlxalq ticarətdə əmələ gəlmiş oxşarlıq, həmahənglik təşkil edən və hamı tərəfindən bəyənilən aydın və qəti (açıq-aydın) bir vəziyyət başa düşülür. Amerika qanunçuluğunda ticarət qaydasının əsas prinsipi "riayət etmənin", "əmələ etmənin" daimiliyi, hökmlüydür. Ümumiyyətlə, bir qayda olaraq adət (ənənə, qayda) aşağıdakı iki tələbə cavab verməlidir: əvvəla, ümumi qaydanın xarakteri olmalıdır, daha doğrusu, bütövlükdə heç olmasa bir çox hadisələrdə o hökmən tətbiq edilə bilsin; ikincisi, müəyyən sahədə, o cümlədən ticarətin hər hansı bir fəaliyyət sahəsində öz məzmunu və səmərəliliyi etibarilə kifayət qədər tanınmış (qəbul edilmiş) olsun.

Ticarət adətinin mühüm cəhəti razılaşmaları həyata keçirən tərəflərin onu yaxşı bilmələri və başa düşmələridir. Konkret bazarda mövcud olan ticarət adətləri və qaydalarını saziş bağlayan tərəflərin bilməsi mühüm şərtidir. Belə olmadıqda, bu adətlərin, qaydaların yayılması aşağıdakı iki həmahəng cəhətlə xarakterizə edilə bilər: əvvəla, həmin qayda və adətlər bilik səviyyəsindən asılı olmayaraq, bazarda razılığa gələn tərəflərə şamil edilməlidir; ikincisi, hətta əgər tərəflərin özləri deyil, onların agentləri həmin bazarda fəaliyyətdə bulunacaqsa, bu halda onlara da bazarın adət və qaydalarını öyrənmələri tapşırılmalıdır.

Ticarət adətləri bir qayda olaraq birja komitəti tərəfindən tərtib edilmiş birja qaydalarında, ticarət palatalarının xüsusi külliyyatlarında, BMT çərçivəsində xarici ticarətə və sair təşkilatlara yardım komitəsinin iş komissiyalarının materiallarında kifayət qədər açıqlanmışdır.

§ 2. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının (müqavilələrinin) mahiyyəti və strukturu

Beynəlxalq ticarət təcrübəsində malların alqı-satqı müqaviləsinin "alqı-satqı kontraktı" kimi adlandırılması qəbul edilmişdir. Başqa sözlə, kontrakt dedikdə malgöndərmə müqaviləsi başa düşülür. Alqı-satqı müqaviləsinin (kontraktının) tərəfləri alıcı və satıcıdır. Onların hər ikisi qarşılıqlı surətdə maddi və mənəvi məsuliyyət daşıyır.

Kontraktın quruluşu (strukturu) aşağıdakılarla şərtlənir: kontraktın müqəddiməsi (beynəlxalq müqavilənin preambulu); kontraktın predmeti; malın miqdarı; malın keyfiyyəti; malın

qiyməti; göndərmə müddəti və tarixi; malgöndərmənin bazis şərtləri; ödəniş şərtləri; qablaşdırma şərtləri və yükün (malın) göndərmə vaxtı; təhvil-təslim qaydası; mala təminat və reklamasiya; müqavilənin və sanksiyaların təmin edilməsi şərtləri; nəqləmə şərtləri və i.a. Kontraktın (müqavilənin) nümunə və şərtləri aşağıda verilir.

1. **Müqavilənin müqəddimə hissəsi (preambula).** Müqavilə mətninin önündə yazılır. Bu hissədə, adətən, aşağıdakılar göstərilir: kontraktın adı və sıra sayı; kontraktın bağlandığı yer və tarix; tərəflərin adı (firmaların adı, onların hüquqi vəziyyəti, müqabil tərəf ölkələrin, yaxud şəhərlərin adı, habelə tərəf müqabillərinin xidməti adı, məsələn, alıcı və satıcı, ixracatçı və idxalatçı).

2. **Müqavilələrin predmeti.** Burada əsasən malın, yaxud mal qruplarının adı, onların xarakteristikası (məsələn, avadanlığın məhsuldarlığı, istehsal gücü, yanacaq məsrəfi və s.), çeşidi (növu, fasonu, sortu, markası, modeli və s.) göstərilir.

3. **Müqavilə predmetinin miqdarı.** Kontraktda malın qədəri miqdar ölçülərilə göstərilir. Məsələn, odəb hesabı ilə sayı, çəkisi; metr (dekametr), yaxud litr (dekalitr) hesabı ilə kəmiyyəti və digər çəki-ölçü göstəriciləri ilə şərh edilir. Bu baxımdan aşağıdakılara diqqət yetirək:

Bu və ya digər ölçü vahidinin seçilməsi malın özünəməxsus xarakterindən irəli gəlir. Məsələn, taxıl, şəkər, kauçuk, kömür, filiz və bu kimi mallar üçün çəki vahidi, sentner, ton və s. ölçü vahidləri qəbul edilir. Taxta-şalban üçün - uzunluq və həcm ölçüləri (m., kub.m.), neft məhsulları üçün - həm çəki, həm də həcm (barrel) ölçüləri götürülmüşdür və s. və i.a.

Beynəlxalq ticarətdə malın kəmiyyətinin miqdarının müəyyən edilməsinin özünəməxsus cəhətləri vardır. Məsələn, alqı-satqı kontraktlarında ölçü və çəki vahidləri sisteminin göstərilməsi ona görə zəruridir ki, əvvəla, bu, ümumticarət qaydasından irəli gəlir; ikincisi, bəzi ölkələr ümumi miqdar ölçü vahidlərindən fərqli olaraq, öz milli ölçü vahidləri sistemini tətbiq edirlər. Belə hallarda kontrakt da kəmiyyət (miqdar) müəyyənləşdirilərkən adətən iki ölçü vahidləri sistemi - həm ümumölçü vahidləri sistemi, həm də həmin ölkənin öz sistemi tətbiq oluna bilər.

Bundan başqa, kontrakt da taranın, yaxud malın qablaşdırıldığı digər materialın çəkisi göndərilən malın miqdarına daxil edilib-edilməməsi hökmən göstərilməlidir. Bununla bağlı, kontrakt da malın miqdarı bu "çəki"lərdə şərh edilə bilər; malın daxili və xarici taralarla birlikdə çəkisi; malın leqal netto çəkisi, yəni malın tarasız (xalis) çəkisi; malın brutto çəkisi.

4. Kontrakt da malın keyfiyyətini müəyyən edən üsullar.

Kontrakt da malın keyfiyyətinin müəyyən edilməsi üsulları malın öz xarakterindən, həmin malın beynəlxalq ticarətinin təcrübəsindən və digər şərtlərdən asılıdır. Bu üsullar aşağıdakılardan ibarətdir:

a) *standart vasitəsilə keyfiyyətin müəyyən edilməsi.* Standart da malların keyfiyyət xarakteristikası verilir. Onlar müxtəlif ölkələrin hökumət orqanları (burada söhbət milli standartlardan gedir), sahibkarlar ittifaqı, elmi-texniki assosiasiyalar və institutlar, sığorta şirkətləri tərəfindən işlənilib hazırlanır. Milli standartların xarici ölkələrdə tətbiqi əsas deyil. Beynəlxalq ticarətdə mallar standart a uyğun gəldikdə dövriyyəyə buraxılır;

b) *texniki şərtlər üzrə.* Texniki şərtlər həmin mala standart

olmadıqda tətbiq edilir. O, malın texniki xarakteristikasını verir. Texniki şərtlər ya sifarişçi tərəfindən verilir, yaxud da satıcı (istehsalçı) tərəfindən təqdim olunur;

v) *müqavilədə göstərilən spesifik vasitə ilə*. Spesifikada malı xarakterizə edən zəruri texniki parametrlər əks etdirilir;

q) *nümunələr üzrə yoxlamaq üsulu*. Bu üsulla malları nümunəvi malla müqayisə etməklə, onların keyfiyyəti müəyyənləşdirilir. Müqayisəetmədə hər iki tərəfin razılığı olmalıdır. Bir qayda olaraq, hər mal üzrə üç eyni nümunə seçilir. Bunlardan biri satıcıda, digəri alıcıda, üçüncüsü isə ticarət palatasında, yaxud ona bərabər tutulan digər təşkilatda saxlanılır;

ğ) *öncədən müayinəetmə, yoxlama üsulu*. Kontraktda bu üsul "müayinə edildi, bəyənilədi" ifadəsilə qeyd edilir;

d) *malların tərkibində əsas maddələrin (ünsürlərin) miqdarı ilə*. Bu, əlbəttə laboratoriya üsulu ilə müəyyən edilir və kontraktda faizlə göstərilir. Məsələn, metal və filizdə əsas tərkib və ayrı-ayrı qatışıq (aşqar); qənddə - saxaroza; zeytunda, jınıxda və s. yağlı məhsullarda, elə kərə (yaxud ərimmiş) yağın özündə də yağın miqdarında və i.a;

e) *xammaldan hazır məhsulun çıxışıyla*. Xammalın satışında tətbiq edilir;

ə) *ədalətli orta keyfiyyət üsulu*. Bu üsul əsasən taxıl məhsullarının satışında tətbiq edilir. Kontraktda göstərilir ki, müəyyən dövrdə (mövsümdə) və mal yüklənən yerdə o, ədalətli orta keyfiyyət göstəricisinə uyğundur;

j) *"tel-gel"¹ üsulu*. Bu üsulla göndərilən malın keyfiyyətliliyinə satıcı məsuliyyət daşımır. Bu üsul çox hallarda təzəcə yığılan

¹ Tel-gel - frans. - tel.-yuel. Telle quelle - "necə varsa" deməkdir.

taxılı, sitrus meyvələrinin daşımalarında, habelə dəniz yük daşımalarında tətbiq edilir;

Qeyd edilməlidir ki, çox hallarda kontraktlarda malların keyfiyyəti eyni vaxtda iki və daha çox üsulla müəyyənləşdirilə bilər.

5. Malların göndərilməsi vaxtı və tarixi. Kontraktda göstərilən mallar ya hissə-hissə, ya da birdəfəlik göndərilə bilər. *Malın göndərilməsi vaxtını* aşağıda verilən üsullardan birini istifadə etməklə müəyyənləşdirmək olar:

a) malgöndərmanın təqvim günü müəyyən edilməklə;

b) malgöndərmanın müddəti ərzində göndərəcə dövrü müəyyən edilməklə. Məsələn, təqvim ayı, kvartal, ili; ayın, yaxud kvartalin vaxtı (məsələn, ayın birinci on günlüyündə, yaxud III kvartalda); müəyyən tarixlərarası (məsələn, fevral ayının 5-dən 15-dək);

v) beynəlxalq ticarətdə qəbul olunmuş terminlər tətbiq edilməklə. Məsələn, "təcili göndərəcə", "tez göndərəcə", "ləngimədən", "anbardan" və s.;

q) günlərin, həftələrin, ayın sayları göstərilməklə. Məsələn, "iki həftə ərzində", "dörd ay ərzində" və s.

Kontraktda satıcının malı vaxtından əvvəl göndərilməsi hüququ da qeyd edilə bilər. Əgər kontraktda bu göstərilməyibsə, bu növ malgöndərəcəni alıcının razılığı ilə tətbiq etmək olar.

Malgöndərəcənin konkret tarixinə gəldikdə isə bu, göndərəcə üsullarından asılı olaraq müəyyənləşdirilir. Məsələn, nəql edilməsini üzərinə götürən nəqliyyat təşkilatının verdiyi sənədin tarixi, yaxud nəqliyyat-ekspektor firmasının yükü qəbul edib, onu sonrakı təyinat yerinə göndərdiyi barədə verdiyi qəbz tarixi və s. bu kimi hallar həmin tarixi müəyyən edir.

Malgöndərmənin Alqı-satqı kontraktında (müqaviləsində) **bazis (əsas) şərtləri** əsas şərtlər dedikdə, malgöndərmə üzrə satıcı və alıcının vəzifələrini və məsuliyyətlərini müəyyənləşdirən xüsusi şərtlər məcmuunu başa düşülür. Konkret deyilərsə, bazis şərtləri malların satıcı-ixracatçıdan alıcı-yadək nəqlənməsilə bağlı bütün məsrəflərin ayrı-ayrı hissələrinin onlardan hansının (satıcının, yaxud alıcının) üzərinə düşdüyünü müəyyənləşdirir. Bunu da bilmək lazımdır ki, həmin xərclər əksər hallarda malın qiymətinin 40-50%-ni təşkil edir.

Satıcının üzərinə düşən nəqlətmə xərcləri malın qiymətinə daxil edilir. Bu şərtlər bazis (əsas) adlanır. Ona görə ki, onlar malın bazis qiymətini müəyyənləşdirir (əlbəttə, digər məsrəflərlə yanaşı) və malın qiymətinə ciddi təsir göstərir.

Bazis şərtləri beynəlxalq ticarət təcrübəsi əsasında işlənilib hazırlanır. Beynəlxalq ticarətin müasir təcrübəsində "İnkoterms"¹ qəbul edilib, geniş surətdə yayılmışdır. "İnkoterms"də təklif edilən ayrı-ayrı terminlərin izahı (şərhi) dünya bazarında daha çox yayılmış ticarət adətləri və qaydalarına uyğun gəlir. Bunu aşağıdakı sxemdən daha aydın görmək olar (6-cı əlavə).

"İnkoterms - 1990" üzrə malgöndərmənin bazis şərtlərinin şərh-i aşağıda verilir. (6-cı əlavə).

EXW - zavodun anbarından (mədəndən) yeri göstərilməklə franko-satıcının müəssisəsi.

Bu şərtin əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, satıcı malın öz müəssisəsindən birbaşa alıcıya göndərilməsi üçün heç bir öhdəlik, o cümlədən nəqliyyat xərcləri və risklə bağlı məsuliyyət daşımır.

¹ İnkoterms - Beynəlxalq ticarət terminləridir.

Burada riskin və məsrəflərlə bağlı öhdəliyin alıcıya keçməsi anı dəqiq müəyyən olunmur, yalnız ümumi prinsiplər götürülür - "satıcının ərazisindən malın alıcıya ötürülməsi". Buna görə də həmin anın kontraktın daha aydın ifadəsi və malın çatdırılmasını təsdiq edən sənədlərin olması zəruridir. "İnkoterms"-ə görə satıcı malın nəqliyyat vasitəsinə yüklənməsinə cavabdeh deyil və bu maddə üzrə heç bir haqq ödəmir. Belə düşünmək olar ki, bu şərt daxilində riskin alıcının üzərinə keçməsi malın yüklənməsinə qədər baş verir. Bu halda malın təhvil-təslim aktı, yükün qəbul edilməsi barədə ekspeditor və rəqəsi və nəqləmə zamanı tətbiq olunan zəruri sənədlərlə rəsmiləşdirilir. Birinci iki sənəd ödəniş xüsusiyyətinə malik olmasa da, malın həm kəmiyyətə, həm də keyfiyyətə təyinat subyektinə çatdırılmasını nəzərdə tutur.

"Franko-müəssisə" şərtinə görə alıcı həmçinin malın ixracat ölkəsindən çıxarılması üçün zəruri olan ixrac lisenziyasının, yaxud digər rəsmi icazələrin və gömrük sənədlərinin əldə edilməsi öhdəliyini öz üzərinə götürür.

Alıcı nəqləmə ilə bağlı bütün əməliyyatları xarici ölkənin ərazisində həyata keçirdiyi üçün onun ekspeditor xidmətlərinə ehtiyacı olmur. Bununla bağlı alıcının xərclərinə ekspeditor komissiyonunun da aid edilməsi zərurəti yaranır. Ümumiyyətlə, "Franko-müəssisə" bazis şərti alıcıya imkan verir ki, o, məntiqi sistemlər prinsipinə əsaslanmaqla malgöndərişi üzrə bütün əməliyyatları nəzərdə saxlasın.

FCA - "Sərbəst-franko" - gəminin bortu. Bu şərt aşağıdakı xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunur:

- alıcı malın satıcının ərazisindəki göndəriş məntəqəsindən öz ölkəsindəki təyinat yerinə daşınmasını tamamilə təşkil edir;

- FCA - qarışıq daşımalar da daxil olmaqla, istənilən nəqliyyat növləri ilə mal daşınması zamanı istifadə oluna bilər;

- malın çatdırılması prosesində alıcının tapşırığı ilə və onun hesabına daşınmanın məntiqi sxemi üzrə ekspeditorlar (operatorlar) təşkilatçı kimi iştirak edir.

FCA "İnkoterms"də yeganə bazis şərtidir ki, müxtəlif nəqliyyat növləri ilə mal daşınmasını təfəsilatı ilə əks etdirir. Məsələn, dəmiryolu ilə mal daşınmasında iki variant mümkündür:

a) əgər mal vaqon, yaxud konteyner partiyalarından (dəstlərdən) ibarətdirsə, satıcı malın vaqona, yaxud konteynerə yüklənməsi və dəmiryolu mal stansiyasına çatdırılması üzrə məsuliyyət daşıyır. Bu əməliyyatlar üzrə bütün məsrəfləri satıcı ödəyir;

b) əgər mal miqdarı (həcmi) vaqonların tutumundan azdırsa, bu zaman malın (yükn) dəmiryolu mal stansiyasına çatdırılması aktı satıcının malı həmin stansiyadakı anbara təhvil verdiyi vaxt başa çatır. Bununla bağlı kontraktda nəzərdə tutulmalıdır ki, vaqonun yüklənməsi məsrəfləri də daxil olmaqla qalan bütün məsrəflər alıcı tərəfindən ödənilməlidir.

Avtomobil və daxili su nəqliyyatı ilə daşımalar zamanı əgər malın yüklənməsi satıcının müəssisəsində həyata keçirilirsə, çatdırma aktı malın nəqliyyat vasitəsinə yüklənib yola salınması anından başa çatmış olur.

Hava və dəniz nəqliyyatı ilə daşımalar zamanı çatdırma malın müvafiq maldəşiyana verilməsi ilə bitmiş hesab olunur. Hər iki halda malın daşınma vasitələrinə yüklənməsi xərcləri alıcı tərəfindən ödənilir.

FAS - "Franko-göminin burtu yanında". Bu şərtə uyğun olaraq satıcı malın daşınması üzrə müqaviləni öz hesabına bağlamalıdır.

dır. FAS şərti riskin və məsrəflərin satıcıdan alıcıya ötürülməsi anının aydın ifadə edilməsi ilə xarakterizə olunur. Əgər kontraktın istinad mənbəyi göstərilməyibsə, təcrübədə bu şərt yükün emalı üçün nəzərdə tutulmuş məntəqənin, yaxud ticarətin ayrı-ayrı sahələrinin adət-ənənəsindən asılı vəziyyətdə tətbiq olunur. Ancaq bu barədə tərəflər əvvəlcədən bir-birini xəbərdar etməlidirlər.

Malın gəminin bortuna yüklənməsi xərcləri alıcının üzərinə düşür. Alıcı həm təyinat limanında, həm də yükləmə məntəqəsində özünün ekspeditorunu yerləşdirməlidir və ona ekspeditor komissiyonu ödəməlidir. FAS şərtlili kontraktlarda yük və nəqliyyat vasitəsi arasında daha sıx qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Buna görə də mal yeridilməsinin informasiya sistemi, ilk növbədə, əlavə məsrəflərin qarşısının alınması üçün gərəklidir. Belə əlavə məsrəflər satıcı üçün gəminin yubanması, alıcı üçün isə gəminin limanda dayanması ucbatından meydana gələ bilər.

"FAS" şərtinə görə alıcı malın xarici ölkədən çıxarılması üçün tələb olunan bütün rüsumları ödəməlidir. Bununla yanaşı, alıcı gömrük rəsmiləşdirilməsinin yubadılması ilə bağlı meydana çıxan bütün əlavə risk və məsrəfləri yerinə yetirməlidir.

FOB - "Franko-gəminin bortu". Bu termin malların dəniz, yaxud çay nəqliyyatı ilə daşınması zamanı istifadə olunur. Onun digər nəqliyyat növlərində tətbiqi yolverilməzdir. Bu şərtə görə alıcı maldaşıyanla müqavilə bağlayır və satıcı gəminin bortunda öz malını həmin maldaşıyana təhvil verir. FOB alıcı və satıcı arasında risklərin və məsrəflərin tam aydın şəkildə bölüşdürüldüyü bazis şərtlərindən biri hesab olunur. Çatdırmanın rəsmi təsdiqi alıcının tapşırığı əsasında yazılmış dəniz konosamentidir.

Satıcı malın gəmiyə faktiki yüklənməsinə qədər olan müddət-

də bütün risk və məsrəflərə cavabdehlik daşır. Gəmidə həmin malın yerbəyer edilməsi və anbara daşınması xərcləri isə alıcının üzərinə düşür. Bəzən kontraktlarda FOB şərtinə düzəlişlər də edilir. Məsələn, "malın gəmidə yerləşdirilməsi üzrə yaranan risk və məsrəflərin satıcıya keçməsi və FOB".

Digər bazis şərtləri arasında FOB elələrindən hesab olunur ki, dünyanın bir çox limanlarında onun Beynəlxalq Ticarət Palatası tərəfindən təsdiq olunmuş mənasından kənarlaşmalar baş verir. Belə ki, Belçika və Almaniya limanlarındakı adətə görə, malın yüklənməsi xərcləri fraxtın tərkibinə aid olub, alıcının üzərinə düşür. Danimarka və İsveçrədə isə satıcı malın gəmiyə yüklənməsi üzrə xərclərin yarısını ödəyir.

Dənəvər və duru malların çarter vasitəsilə daşınması zamanı alqı-satqı kontraktlarında FOB nəqliyyat şərtindən əlavə aşağıdakı müddəalar da əks olunmalıdır:

a) dəqiq və çoxpilləli informasiya sxemi. Bir neçə partiyadan ibarət yükün daşınması zamanı yükləmə proqramları alıcı ilə razılaşdırılır ki, malın daşınma əməliyyatları pozulmasın;

b) satıcı tərəfindən malın yüklənmə normasının razılaşdırılması;

v) yükləmə zamanı gəminin limanda dayanma müddətinin müəyyən olunması;

q) satıcının mal yükləməsi ucbatından gəmi limanda qrafikdə nəzərdə tutulduğundan çox dayanıbsa, onda satıcı alıcıya demərc, yaxud dispaç ödəyir.

Bütün bu müddəalar daşınma müqaviləsində nəzərdə tutulmuş nəqliyyat şərtlərilə əlaqələndirilməlidir ki, kontraktın qüsursuz şəkildə reallaşması təmin olunsun.

CIF - "dəyəri, sığorta, fraxt". Bu qrupa aid olan bütün şərtlər onunla fərqlənir ki, riskin və məsrəflərin bölüşdürülmə nöqtəsi satıcının yox, alıcının üzərinə düşür. Malın çatdırılması üzrə satıcının öhdəlikləri və risk məsuliyyəti göndəriş məntəqəsində yükün gəmi bortuna daşınması (qaldırılması) ilə bitmiş hesab olunur. Ancaq satıcı əsas mal (yük) daşıyanla müqavilə bağlamalı və malın təyinat məntəqəsinə çatdırılması xərclərini ödəməlidir. CIF şərtində malın göndərilməsi və çatdırılması məntəqələri üst-üstə düşmədiyindən, kontraktın yükün göndərilməsi təyinat yeri ilə ifadə olunmalıdır.

Ticarət kontraktında əks olunan bütün nəqliyyat şərtləri alıcı və satıcı arasındakı qarşılıqlı münasibətləri təyinat limanına qədər əsasən tənzimləyir. Söhbət hər şeydən əvvəl, malın boşaldılması üzrə məsrəflərin tərəflər arasında bölgüsündən gedir. Əgər bu məsrəflər çarter və ya marşrutlu tarif üzrə fraxtın dəyərinə daxildir, onda haqqın ödənilməsi satıcının üzərinə düşür və kontraktın "boşaltma ilə CIF" düzəlişi əlavə edilir. Əks halda düzəliş "boşaldılmadan CIF" şəklində olunur. Beləliklə, malın boşaldılması üzrə xərclərin kontragentlərindən birinin üzərinə düşməsi satıcı və maldəşiyən arasında bağlanmış yükdaşıma və yükün formalaşdırılması müqaviləsi ilə birbaşa əlaqəlidir.

CIF şərtinə görə satıcı malı alıcının xeyrinə sığortalamalıdır: buna görə də kontraktın ayrıca bölməsində bu barədə xüsusi qeyd olunmalıdır. Sığorta haqqı kontrakt üzrə malın qiymətinə daxildir.

CFR - "dəyər və fraxt". Bu şərt kontraktın göndəriş bazisinə və nəqliyyat şərtlərinə görə CIF-ə eyniyyət təşkil edir. Yeganə istisna ondan ibarətdir ki, burada satıcı malı sığortalamaq üzrə məsuliyyət daşımır.

CIP - "daşınma və sığorta ödənilib" (təyinat yeri göstərilməklə). Bu, bazisə uyğun olaraq satıcı malın təyinat məntəqəsinə daşınması barədə müqavilə bağlamalı və daşınma haqqını ödəməlidir. Daşınmanın təşkili baxımından CIP "franko-maldaşışyan" şərtinə uyğun surətdə həyata keçirilir və nəqliyyatın bütün növləri və qarışıq daşımalar üçün tətbiq olunur. Burada malın əsas maldaşışyanın, yaxud ekspeditorun anbarına verilməsi nəzərdə tutulur.

CPT - "daşınma ödənilib" (təyinat yerinədək ödənilməklə). Bu bazis şərti CIP şərtinə tamamilə uyğun gəlir. Yeganə fərq satıcının üzərinə malın sığortalanması məsuliyyətinin düşməməsidir.

DES - "malın gəmidə təyinat limanına çatdırılması". Bu şərt o vaxt tətbiq olunur ki, tərəflər əvvəlki bazislərdəki kimi satıcının deyil, idxal ölkəsi ərazisində alıcıya çatdırılması üzrə razılığa gəlmiş olurlar. Bu halda satıcı malı müəyyən olunmuş limanda - gəminin bortunda alıcıya elə verməlidir ki, yükün müvafiq yük kranları vasitələri ilə boşaldılması mümkün olsun. Çatdırma və riskin ötürülməsi anı kontraktın əks etdirilir.

DES şərtindən praktikada nadir hallarda istifadə olunur. Lakin dəniz-çay daşımaları zamanı bu şərt xüsusi üstünlüyə malikdir. Məsələn, yükün təyinat məntəqəsində iri gəmidən boşaldılıb nisbətən kiçik tonnajlı gəmilərə yüklənməsi və ölkədaxili daşınması buna misal ola bilər.

Yükün gəmidən boşaldılması üzrə məsrəfləri alıcı ödəyir.

Malın nəql olunması ilə bağlı bütün informasiya sistemi təyinat limanında satıcının maraqlarına xidmət etməlidir. DES şərti üzrə nəql olunan malın nəqliyyat qiymətinə "nəqliyyat məsrəfləri" də daxil olur.

DEG - "körpüdən (limandan) çatdırma". Yük satıcı tərəfindən

idxalat ölkəsinin körpüsündə (limanında) alıcıya təhvil verilir. Malın təyinat yerinə çatdırılması üzrə öhdəlik satıcının üzərinə düşür. Buna görə də o, əsas maldaşıyanla müqavilə bağlayır. Malın kontrakt qiymətinə "nəqliyyat xərcləri" də daxil edilir.

Yük alıcıya təyinat məntəqəsində çatdırıldığı üçün malın boşaldılması məsrəflərinin tərəflər arasında bölüşdürülməsi üzrə heç bir mübahisə yaranmır. Çünki bu xərclər bütövlüklə satıcının üzərinə düşür. Bununla bağlı yükdaşıma və boşaltma normaları ilə bağlı müddəalar qaldırmağa da ehtiyac qalmır.

DEG bazisində riskin satıcıdan alıcıya keçməsi anı dəqiq qeydiyyatdan alındığına görə kontraktla çatdırmanı rəsmən təsdiq edən sənədlər və malın kəmiyyət və keyfiyyətə yoxlanılması məsələsi aydın göstərilməlidir. Bəzi ölkələrin ticarət ənənələrində DEG bazisi müəyyən qədər fərqlənir. Məsələn, Almaniya risk malın körfəzdə yerləşdirilməsindən sonra deyil, onun oradan daşdığı vaxtdan sonra alıcının üzərinə keçir.

Bundan başqa, yükün körfəzdə pulsuz saxlanması üçün tətbiq olunan güzəştli vaxta da diqqət yetirilməlidir. Bu, hər bir ölkənin və ticarət bölməsinin adətlərindən asılı olaraq, riskin ötürülməsi anını özündə müəyyən edir. "İnkoterms"-in bu şərti idxal ölkəsinə göndərilən mal üzrə gömrük rüsumlarının ödənilməsi satıcının üzərinə düşəcəyi nəzərdə tutulur.

DAF - "sərhəddə çatdırma". Bu halda satıcı malın göndərilməsi üzrə öz öhdəliyini o vaxt yerinə yetirmiş olur ki, idxal rüsumlarından təmizlənmiş mal sərhəddəki müəyyən məntəqəyə çatdırılmış olsun. Transizt ərazilərin mövcudluğu şəraitində isə öhdəliklər aşağıdakı kimi bölüşdürülür:

a) DAF - satıcı ölkəsinin sərhəddi. Satıcının risk və

öhdəlikləri göstərilən montəqədə malın verilməsi ilə başa çatır, tranzit ərazidəki bütün risk və məsrəflər isə alıcı üzərinə düşür.

b) DAF - alıcı ölkəsinin sərhəddi. Satıcının öhdəlik və riskləri tranzit ərazi də daxil olmaqla, alıcının sərhəddinə qədər davam edir.

v) İki və daha artıq ölkənin mövcudluğu şəraitində risk və məsrəflər ödənilməsi məsuliyyəti qərarlaşdırılmış tranzit ölkənin üzərinə düşə bilər.

Beynəlxalq Ticarət Palatası bu şərtədən avtomobil və dəmiryolu ilə daşımalar zamanı istifadə etməyi məsləhət görür.

DDU - "rüsüm ödənilmədən mal göndərişi".

DDP - "rüsüm ödənilməklə mal göndərişi".

Hər iki bazis şərti öz məzmununa görə oxşardır. Məsrəflər, o cümlədən nəqliyyat xərcləri və risklər baxımından bunların hər ikisi satıcının maksimum öhdəlik daşımaya əsaslanır. Malın qiymətinin "nəqliyyat tərkibi" onun sahibinə çatdırılması üzrə bütün məsrəfləri əhatə etməlidir. Kontrakta əsasən yalnız malın boşaldılması xərcləri razılaşıqla bilər. Bu məsələ malın təhvil-təslim üsulundan, ticarət təcrübəsindən və ya tərəflər arasında əvvəllər bağlanmış sazişlərin qaydalarından asılı olaraq tənzimlənir.

Kontraktda qiymətin müəyyənləşdirilməsi Alqı-satqı kontraktında qiymət müəyyən edilərkən malın ölçü vahidi, bazis qiyməti, təsbit (qeyd) etmə üsulu, qiymətin səviyyəsi kimi göstəricilər nəzərə alınır. Həmin göstəricilərin xüsusiyyətlərinə və xassələrinə diqqət yetirək:

1. *Ölçü vahidi.* Kontraktda göstərilən ölçü vahidinin növü malın xarakterindən və beynəlxalq ticarətdə yaranmış təcrübədən asılı olaraq seçilir.

2. *Bazis qiyməti*. Bu müvafiq termin şərtlərinin (EXW, FOB, CNF və s.) tətbiqilə bağlıdır. Kontraktda malın bu növ qiymətinin göstərilməsinin mühüm əhəmiyyəti vardır. Çünki bu qiymət nəqletmə ilə bağlı olan xərclərin, əsasən, hamısını özündə əks etdirir. Kontraktda bazis qiyməti ixracatçının, idxalatçının, yaxud da üçüncü dövlətin valyutası ilə göstərilə bilər.

3. *Qiymətin kontraktda təsbit (qeyd) edilməsi üsulunu* bilmək də vacib şərtədir. Burada qiymət müqavilə bağlandığı zaman, kontraktın fəaliyyəti dövründə, yaxud onun (kontraktın) yerinə yetirilməsi (işə salınması) anında təsbit edilə bilər. Bu üsullardan asılı olaraq qiymət növləri aşağıdakı kimi fərqləndirilir;

a) *möhkəm qiymət* kontrakt bağlanıldığı zaman qoyulur və kontraktın qüvvədə olduğu dövr ərzində onun dəyişdirilməsi qeyri-mümkün sayılır;

b) *oynaq (mütəhərrik) qiymətlər*. Bu qiymət də kontrakt bağlandığı zaman təsbit olunur və bu halda kontraktda qeyd edilir ki, kontraktın yerinə yetirilməsi prosesində buna yenidən baxılması mümkün ola bilər (məsələn, bazarda qiymət dəyişildikdə);

v) *dəyişkən (qərarsız) qiymət*. Kontraktın yerinə yetirilməsi prosesində istehsal xərcləri və bunlara müvafiq olan sair xərclər dəyişildikdə həmin qiymətə yenidən baxılır və baş vermiş əlavə xərclər nəzərə alınmaqla qiymətə düzəliş verilir.

Dəyişkən qiymətin hesablanması metodu BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyası tərəfindən hazırlanmış və maşın avadanlığı ixracatının ümumi şərtlərində şərh olunmuşdur. Bu metod aşağıdakı düsturla şərtlənir.

$$Q_s = \frac{Q_b}{100} \left(a + b \frac{Q_n^0}{Q_i} + C \frac{\Theta_n^0}{\Theta_n^i} \right)$$

Burada Q_s - hesablanan son qiymət; Q_b - müqavilə (bazis) qiyməti; Q_n^0 - kontraktın yerinə yetirilməsi ərzində müqavilədə göstərilən xammal və materiallar üçün müəyyən edilmiş orta hesab, yaxud orta çəki qiyməti, ya da qiymətlərin orta indeksi; Q^i - kontrakt imzalandığı vaxtda həmin xammal və materialların qiyməti; Θ_n^0 - orta hesab, yaxud orta çəki əmək haqqı (sosial təminat məsrəfləri və ayırımları daxil olmaqla), yaxud müəyyən dövr üçün müqavilədə müəyyən edilmiş işçi qüvvəsinə görə müvafiq indekslər; Θ_n^i - əmək haqqı, yaxud müəyyən dövr üçün müqavilədə müəyyən edilmiş işçi qüvvəsinə görə indekslər; a - məsrəflərin sabit hissəsi; b - xammal və materiallar üzrə məsrəflərin payı (xüsusi çəkisi); c - əmək haqqı məsrəflərinin (sosial təminat üçün məsrəflər - ayırımlar da daxil olmaqla) payıdır (xüsusi çəkisidir).

Qeyd: Düsturda əks etdirilən a , b , c - kontraktıda göstərilən müqavilə qiymətinin ayrı-ayrı ünsürlərinin faiz nisbətlerini ifadə edir. Onların məcmu məbləği 100%-ə bərabərdir. Zərurət olduqda b və c -i faiz nisbətlərinin hissəciklərində paylamaq olar (məsələn, $b_1 + b_2 + b_3 + \dots + b_n = b$).

4. Kontraktıda qiymətin səviyyəsinin müəyyən edilməsi. Kontraktıda qiymətin səviyyəsi müəyyənləşdirilərkən, kontragentlər bir qayda olaraq, aşağıdakı iki növ qiymətə əsaslanır: *dərj edilmiş və hesablanan qiymətlər*.

5. Dərj edilmiş qiymətlər. Bu cür qiymətlər əsasən xüsusi və firma informasiyaları mənbələrində göstərilir. Onlar bir qayda ola-

raq dünya qiymətləri səviyyəsini əks etdirirlər. Dərc edilmiş qiymətlərə aşağıdakılar aiddir:

a) məlumat qiymətləri. Bu qiymətlər iqtisadi jurnallarda dərc olunur (məlumat üçün);

b) birja kotirovkaları. Bu birja ticarətinin obyektini olan qiymətlərdir;

v) auksion (müşahidə ilə satış, hərrac) qiymətləri. Açıq satışda (hərrac qaydası ilə) ən yüksək qiymət;

q) orta ixracat və idxalat qiymətləri. Bu, beynəlxalq ticarət statistikasına məlumatları əsasında malların ümumi dəyərini onların qiymətinə bölməklə müəyyən edilir.

6. Qiymətdən güzəştlər. Müqavilələr bağlanarkən tərəflərin razılığı ilə satıcı (yaxud alıcı) malın preyskurant (yaxud elan olunmuş) qiymətindən 20-35% güzəştə gedə bilər. Güzəştin növləri bunlardır: ümumi (adi) güzəşt; dövriyyə üzrə güzəşt (bu, ancaq daimi alıcılara verilir); miqdarına və seriyalılığına görə güzəşt (alıcı çox mal aldıqda ona verilir); mövsümi güzəşt; diler¹ güzəşti və s.

7. Malgöndərənin hesabladığı qiymət qiymətin ikinci növüdür. Fərdi sifariş üzrə istehsal olunan qeyri-standartlı xüsusi avadanlıq üçün tətbiq edilir. Bu avadanlığın eyni təyinatlı, fəqət standart avadanlığın parametrlərinə görə fərqi o dərəcədə böyükdür ki, onları heç cürə müqayisə etmək mümkün deyildir. Buna görə də xüsusi avadanlığın qiyməti hər bir sifarişçi üçün ayrıca hesablanır. Hesablanan qiymətin səviyyəsinə təsir edən cəhət onun mövcud sahədə ağalığ (hökmranlıq) edən bir-iki firma tərəfindən istehsal olunmasıdır. Bu növ avadanlığın qiymət barəsində məlumatlarına mətbuatda epizodik (təsadüfi) rast gəlinir.

¹ Diler - alqı-satqı, sövdələşmə vasitəçisidir, birca fondunun üzvüdür.

Kontrakt da ödəniş qaydaları Kontrakt da ödəniş şərtləri də öncədən müəyyən edilir. Bu şərtlər aşağıdakılardır:

valyuta ödənişi; ödəniş müddəti; ödəniş üsulu və hesablaşma aparması; valyuta riskinin artacağı, yaxud azalacağı barədə qeyd.

Valyuta ilə ödəniş. Kontrakt bağlanarkən malın dəyərini hansı valyutalarla ödənilməsi (ixracatçının valyutası ilə, yaxud idxal edən məmləkətin, yoxsa üçüncü bir ölkənin valyutası ilə) göstərilir. Bu, ödəniş valyutası adlanır. Ödəniş valyutası kontrakt da göstərilən qiymətlə üst-üstə gəlməlidir. Bu olmadıqda müqavilədə ancaq valyutanın kursu və bu kurs vasitəsilə ödəniş valyutasının qədəri göstərilir.

Ödəniş müddəti (vaxtı). Ödəniş müddəti (vaxtı) bir qayda olaraq, müqavilədə göstərilir. Belə olmadıqda, yəni ödəniş müddəti göstərilmədikdə, ödəniş bir qayda olaraq satıcı malın göndərilməsi haqda alıcıya məlumat verdikdə müəyyən vaxtdan (gün hesabı ilə) sonra ödəniş təmin edilməlidir. Əlbəttə, bütün bunlar rəsmi ticarət adətlərindən asılıdır.

Ödəmə üsulları: nağd, avansla və kreditlə ödəmə.

Hesablaşma formaları aşağıdakılardan ibarətdir:

a) hesablaşmanın inkasso forması - ixracatçı öz ölkəsindəki banka tapşırıq verir ki, idxalatçıdan malın pulunu alsın. Bu halda həmin tapşırıq o, mal sənədlərini də əlavə edir;

b) hesablaşmanın akkreditiv forması - bank öhdəçilik götürür ki, alıcının göstərişilə və onun hesabına malın dəyərini ixracatçıya vaxtında çatdırsın;

v) teleqraf və poçtla köçürmələr yolu ilə hesablaşma forması;

q) hesablaşmanın çek forması. Çek sahibi (çek qiymətli kağız-

dır) öz bankına göstəriş verir ki, onun çekindən satıcının göndərdiyi malın dəyərini ödəsin;

d) hesablaşmanın veksel forması. Bu forma - vekselin "adi", yaxud "barat" (köçürmə) növlərindən istifadə etməklə həyata keçirilir.

Malların qablaşdırılması. Malın qablaşdırılması zəruriliyi ilə bağlı kontraktta aşağıdakı şərtlər nəzərə alınır: qablaşdırmanın növü və xarakteri, onun keyfiyyəti, ölçüləri, ödəniş qaydası, habelə taranın hər birinin üzərinə markirovka işarəsi vurulması. Markirovkanın növü malın xüsusiyyətindən asılıdır. Kontraktta həm xarici (yeşik, boçka, konteyner), həm də daxili (mal ilə birgə) taralar fərqləndirilir.

Malın (yükün) göndərilməsi qaydası. Alıcı yükün vaxtında və keyfiyyətli göndərilməsində maraqlıdır. Buna görə də müqavilədə hökmən malın göndərilməyə nə vaxt hazır olacağı barədə alıcını xəbərdar etmək satıcının (malgöndəronin) vəzifəsi və bu vəzifəni yerinə yetirilməsi qaydası göstərilir. Malın göndərilməsi barədə xəbərdarlıq kontraktın şərtlərinə uyğun surətdə alıcıya müvafiq mal sənədlərinin çatdırılmasıdır. Alıcı isə öncədən satıcıya məlumat verməlidir ki, o, malı qəbul etməyə hazırdır.

Malın təhvil-təslim qaydaları Malın təhvil verilməsi dedikdə kontraktın şərtlərinə uyğun surətdə onun alıcıya çatdırılıb, tam ixtiyarına verilməsi başa düşülür.

Malın təslimi isə satıcının nəzarətini istisna edən müvafiq mal sənədlərilə birgə malın alıcının sərəncamına verilməsidir. Adətən, müqavilədə təhvil-təslimin aşağıdakı qaydaları göstərilir:

1. Təhvil-təslimin növləri. Bu prosesin iki növü vardır:

a) ilkin qəbul. Bu növ qəbulda məqsəd öncədən (hətta müəssisənin özündə) malın kəmiyyət və keyfiyyətinin müqavilə şərtlərinə uyğunluğunu müəyyənləşdirmək, habelə qablaşdırılmanın və markirovkasının düzgünlüyünü müəyyən etməkdən ibarətdir;

b) qəti (son) qəbul. Qəti qəbul müəyyən edilmiş yerdə və lazımi müddətdə malın bilavasitə qəbul edilməsidir. Bu qəbulun nəticələri hər iki tərəf - həm satıcı, həm də alıcı üçün vacibdir.

2. Faktiki təhvil-təslim yeri. Təhvil-təslim yeri müqavilədə dəqiq müəyyən edilməlidir. Həmin yer bunlardır: satıcının müəssisəsi, yaxud anbarı; öncədən razılaşıdırılmış göndərmə limanı, dəmir yol stansiyası, yaxud aeroportu; təyinat ölkəsində dəmir yolu stansiyası; alıcının anbarı və i.a.

3. Təhvil-təslim müddəti. Malın kəmiyyət hesabı ilə qəbulu mal daxil olanadək yerinə yetirilir. Keyfiyyətə qəbul işə kəmiyyətə qəbuldan sonra müəyyən vaxt ərzində yoxlanılıb təsbit edilə bilər.

4. Daxil olan malın kəmiyyətinin yoxlanılması. Qəbul zamanı onun miqdarının (həcmnin, çəkisinin) kontrakta uyğunluğu yoxlanılır. Kontraktın malın miqdarına dair "dək" ifadəsi göstərilməyibsə, mal həmin kontraktın qeyd olunan kəmiyyətdən az, yaxud çox olduqda alıcı malı, bir qayda olaraq, qəbul etməyə bilər. Əgər kontraktın "dək" şərti yoxdursa, alıcı malı kontraktın qədərindən az və ya artıq olsa da, onu qəbul edə bilər. Birinci halda o, qəbul etdiyi malın qədərində görə ödəyir, ikinci halda isə alıcı ancaq müqavilədə göstərilən miqdarı ödəmək hüququna malik olduğu üçün fərqinin ödənilməsi onun öz insafına qalır.

5. Malın keyfiyyət üzrə qəbulu üsulları. Keyfiyyət üzrə qəbul iki üsulla həyata keçirilir:

a) daxil olan malın keyfiyyətinin kontrakt şərtlərinə uyğun gəldiyini təsdiq edən sənəd əsasında yoxlamaq;

b) qəbul yerində faktik daxil olan malın keyfiyyətinin əməlli-başlı yoxlanması. Bu üsul müqayisəli (təhlil) vasitəsilə həyata keçirilir.

6. Faktik daxil olan malın təhvil-təslim metodları. Ticarət təcrübəsində iki əsas kəmiyyət və keyfiyyət yoxlama metodu istifadə olunur:

a) *seçmə metodu.* Bu metod bir qayda olaraq, tarada və başqa bir materiala qablaşdırılmış halda göndərilən mallara tətbiq olunur;

b) *göndərilən malın hamısının yoxlanılması metodu.* Bu metod isə qalama halında, qabsız halda daxil olan mallara tətbiq olunur. Fəqət, alıcının istəyi ilə bu, qablaşdırılmış mallara da tətbiq oluna bilər.

Ümumiyyətlə, malın təhvil-təsliminin kimlər tərəfindən həyata keçiriləcəyi mütləq kontrakt da qeyd olunmalıdır. Belə ki, qəbuletmə həm tərəflər, həm də onların nümayəndələrilə birgə həyata keçirilə bilər.

Reklamasiya (mala qarşı iddia, tələb qaldırma). Reklamasiya dedikdə, müqaviləyə uyğun göndərilən malın kəmiyyət və keyfiyyəti kontrakt tələblərinə uyğun gəlmədikdə, alıcının satıcı qarşısında qaldırdığı iddia (tələb, şikayət) başa düşülür. Kontrakt da reklamasiya verməyi, reklamasiya verilmə müddəti, reklamasiya ilə bağlı tərəflərin hüquq və vəzifələri, reklamasiyanın tənzimləmə üsulları, öncədən göstəriləyinə görə hər iki tərəf onun həllinə məsuliyyət və ədalətlə yanaşmalıdır.

Reklamasianın tənziimi aşağıdakı üsulların tətbiqilə həll oluna bilər:

a) ayrı-ayrı mal partiyasının (dəstinin) çatışmayan hissəsinin yerini doldurmaq, yaxud növbəti göndərmədə əvəzini vermək;

b) reklamsiya verilən malın geri qaytarılması və dəyərinin dərhal ödənilməsi;

v) reklamsiya olunmuş malın qüsurunun, zədəsinin, eyibinin satıcı hesabına düzəldilməsi (aradan qaldırılması);

q) reklamsiya verilmiş malın başqası ilə dəyişilməsi və bununla bağlı bütün noqliyyat məsrəflərinin satıcı hesabına ödənilməsi;

ğ) reklamsiya olunmuş mal üçün güzəştlər verilməsi, yaxud da malın qiymətinin aşağı salınması. Hər iki halda fərqlər satıcı tərəfindən ödənilir.

Müqavilə təminatı Alqı-satqı əməliyyatlarında təminat əsasən maşın və avadanlığa və s. texniki quruluşlu mallara verilir. Bununla bağlı kontraktda aşağıdakı şərtlər öz əksini tapır: satıcının verəcəyi təminatın həcmi; təminat müddəti; malın qüsuru aşkarlandıqda, yaxud həmin mal digər kontrakt şərtlərinə uyğun gəlmədikdə satıcının cavabdehliyi və s.

Müqavilə və sanksiyaların yerinə yetirilməsini təmin edən şərtlər Bu şərtlərə aşağıdakıları aid etmək olar. Əvvəla, tərəflərdən hər hansı birinin günahı üzündən müqavilə şərtinin pozulması halı baş verdikdə,

kontragentlərin marağını mühafizə etmək üçün kifayət qədər təminat verilməsi şərti; ikincisi, tərəflərdən heç birinin kontrakt üzrə öz hüququnun digər tərəfin yazılı razılığı olmadan üçüncü tərəfə vermək hüququnun olmaması barədə qeyd-şərt; üçüncüsü,

kontraktda belə bir qeyd-şərt də yazılır ki, müqavilə hamı tərəfindən imzalandıqdan, yəni o, qüvvəyə mindikdən sonra kontrakt üzrə bütün əvvəlki yazışmalar və danışıqlar öz qüvvələrini itirirlər; dördüncüsü, müqavilədə dəyişiklik etmək və yaxud onu dəyişmək zəruriliyi barədə də xüsusi şərtlər göstərilməlidir.

Nəqliyyat şərtləri Bu sahədə adətən aşağıdakı şərtlər nəzərdə tutulur:

1. Malın (yükün) yüklənmə (boşaldılma), yaxud yükün boşaldılıb oradan da başqa bir nəqliyyat vasitəsilə digər məntəqəyə götürüləcək limanın nominasiyası.¹

2. Malın yükləniş-boşaldılması üzrə məsrəflərin satıcı və alıcı arasında bölünməsi.

3. Nəqlətməni rəsmiyyətə salmaq üçün konosament proformasının seçilməsi.

4. Gəminin yükləmə (boşaltma) limanına gəlməsi barədə informasiya verilməsi qaydası və gəminin yükləmə (boşaltma) əməliyyatlarını yerinə yetirməyə hazır olduğunun müəyyənləşdirilməsi.

5. Yükləmə-boşaltma norması və staliy vaxtının² hesablanması qaydası.

6. Stividorların³ və agentlərin təyin edilməsi norması

¹ Nominal sözüdəndir, üstündə yazılmış ad, məsələn, malın (yükün) üstündə yazılmış son mənzilin (limanın) adı.

² Staliy vaxtı - kirəçinin (gəmini kirayə edənin) müqaviləyə əsasən yüklənmiş gəmini limanda nə qədər saxlamaq hüququna malik olduğu dövr.

³ Stividor - limanlarda yük vurub boşaldan fəhlələrin başçısı və ya bu işlərin icraçısı.

7. Çərçivəyə demerecin¹ və dispaçın² ödənilməsi dərəcəsi, şərti və qaydası.

İdxalat və ixracat lisenziyaları İdxalat və ixracat lisenziyaları hər iki tərəf üçün verilir. Bununla bağlı, kontraktın ümumi şərtlərində lisenziya alınması aşağıdakı

qaydalarda qeyd edilir:

a) əgər müqaviləni yerinə yetirmək üçün hər iki tərəfə lisenziya almaq zəruridirsə, bu, hökmən müqavilədə göstərilməlidir;

b) əgər müqaviləni yerinə yetirmək xatirinə hər iki tərəf üçün lisenziya lazımdırsa, həmin lisenziyanı almaq üçün öncədən tədbir görmək lazımdır.

v) əgər bu lisenziyalar vaxtında alınmayıbsa, müqavilə öz qüvvəsini itirir;

q) əgər lisenziya ancaq malların bir hissəsinə verilibsə, bu halda tərəflər hökmən bir-birinə xəbər verməli və həmin müqavilənin qismən yerinə yetirilməsini razılaşdırmalıdırlar;

d) lisenziyalar bu və ya başqa səbəbdən ləğv oluna da bilər. Bu halda tərəflər qarşılıqlı informasiya verir və əməliyyatı həyata keçirmək üçün tədbirlər görürlər.

¹ Demerec - gəmini kirələyəndən sonra onun şərtləndirilmiş staliy vaxt normasını ötdüyü hissə üçün gəmi sahibi ilə öncədən razılaşdırılmış kompensasiya (cərimə).

² Dispaç - kirələyənin vaxtından əvvəl gəmini işləyib hazır şəkildə salınmasına görə gəmi sahibinin verəcəyi mükafat (ələvə haqq).

§ 3. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının növləri və xüsusiyyətləri

Kontraktın bir çox növləri vardır. Bunları iki bölümdə qruplaşdırmaq olar: a) birdəfəlik kontrakt və dövraşırı göndərmələr; b) pul, mal və qarışıq formalarda ödənişli mallar üzrə kontraktlar. Hər bir növ qrupunun öz xüsusiyyətləri vardır. Bunları ayrılıqda nəzərdən keçirək.

Birdəfəlik göndərmə və dövraşırı mal göndərmək üzrə kontraktlar. Birdəfəlik göndərmə kontraktı "birdəfəlik saziş" kimi də adlanır. Bu cür kontrakt (saziş) satıcının alıcıya göndərəcəyi malın bütövlükdə və kontraktda müəyyən edilmiş tarixdə yollamasını nəzərdə tutur. Bu da öz növbəsində iki tipdə olur: qısamüddətli göndərmə (əsasən, xammal mallarına tətbiq olunur) və uzunmüddətli göndərmə (mürəkkəb quruluşlu və dəstləndirilmiş avadanlıq). Dəstləndirilmiş (komplektləşdirilmiş) avadanlıq üzrə kontraktın məzmunu aşağıdakı müqavilələrin bağlanması metodlarından asılı olaraq əhəmiyyətli fərqi vardır: malgöndərən və sifarişçilər arasında birbaşa əlaqələr əsasında bağlanan müqavilələrdən və idxalatçı tərəfindən təşkil olunmuş torqda malgöndərən-ixracatçının iştirak etmə yoluyla bağlanan müqavilə. Birinci halda kontraktlar ixracatçı sifətində çıxış edən inhisarçı istehsalçılar, yaxud dar ixtisaslaşmış firmalar, və ya xüsusi yaradılmış konsorsiumun baş firması tərəfindən nadir avadanlıqlar üzrə bağlanılır. İkinci halda isə kontraktlar hər cür mallar (nadir, bahalı mallar sərf-nəzər edilməklə) üzrə.

Dövraşırı mal göndərmək kontraktları. Bu halların müqavilədə göstərilən miqdarı və müddət ərzində dövrlər üzrə

göndərilməsini nəzərdə tutur. Bu növ kontrakt qısamüddətli (bir il) və uzunmüddətli (15-20 il) ola bilər. Uzunmüddətli kontraktlar əsasən sənaye xammalı, yarımfabrikatlar, xüsusən neft, kömür, təbii qaz, filiz, kağız və s. üzrə tərtib olunur.

Pul, mal və qarışıq formalarda ödənişli mallar üzrə kontraktlar:

a) pul formalı kontrakt ümumi qaydada həyata keçirilir. Əsasən, hesablaşma valyuta formasında olur.

b) mal formasında ödənilməsinə nəzərdə tutan kontraktlarda isə mal satışı bir və yaxud bir neçə malın müvafiq mallarla mübadiləsi deməkdir. Bu halda barter qaydası ilə mal mübadiləsi bir növ kontraktın sadə formasıdır.

Müasir şəraitdə qarışıq ödənişli kontrakt geniş yayılmışdır. Belə kontraktlarda bir qayda olaraq söhbət məqsədli kreditləşmə əsasında aparılan tikintidən gedir. Onun bütün dəyərinin bir hissəsi pulla ödənilir, digər hissəsi isə tikintidə istifadə olunan məhsulun (tikinti materiallarının) ödənişini nəzərdə tutur. Bu cür kontraktlarda üç uzunmüddətli saziş uzlaşdırılır (kredit faizi nəzərə alınmamaq şərtlə): Belə ki, müəssisənin tikintisi, quraşdırılması üzrə texniki vasitələrin və xidmətlərin alqı-satqı sazişi; uzunmüddətli kredit üzrə və xammal göndərilməsi üzrə uzunmüddətli saziş.

Komplekt avadanlıq üzrə kontraktların xüsusiyyətləri

Hər cür avadanlığa nisbətən kompleks avadanlığın quruluşu daha mürəkkəbdir. Buna görə də kompleks avadanlığın alqı-satqısı

kontraktında satıcı-ixracatçı və alıcı-idxalatçı ilə yanaşı, ixtisaslaşmış firmalar da iştirak edirlər. Adətən, kompleks avadanlığın istehsalında baş podratçıdan başqa müxtəlif ölkələrin

müstəqil firmaları da iştirak edir. Mürəkkəb quruluşlu komplekt avadanlığın təchizatında (satışında) müvafiq qrup firmalar arasında bütöv bir əlaqələr sistemi baş verir.

Kontraktda komplekt avadanlığın göndərilməsi, təchizatı və satışı həcminə aşağıdakılar daxildir:

- a) layihə sənədi, texniki sənəd (mühəndis-texniki xidmətlər);
- b) xammal, yanacaq və hazır məhsul üzrə çıxımlar göstərilməklə, müəyyən avadanlıqlar;
- v) texniki xidmətlər-quraşdırma, saz işləməsi üçün tənzimləmə, istismara buraxılma, mütəxəssislərin hazırlanması (təhsil almaları);

Kontraktda avadanlığın göndərilməsi həcminə həmçinin texnoloji, yardımçı, nəzarət-ölçü və sair avadanlıqlar da daxil edilir.

Malgöndərən (istehsalçı) və sifarişçi (alıcı) arasında aşağıdakı əsas istiqamətlər üzrə sıx əlaqələr həyata keçirilir:

- layihənin birgə işlənməsi və müzakirə edilməsi;
- sifarişçi tərəfindən texniki layihənin təsbit olunması;
- avadanlığın qəbulu xəttiylə əlaqədar (kontraktlar). Bu əlaqədar səxlərin tikintisi ilə eyni vaxtda (paralel olaraq) həyata keçirilir;
- müəllif nəzarəti üçün yerlərə malgöndərənin mütəxəssislərinin yönəldilməsi;
- malgöndərən tərəfindən layihənin realizə edilməsi üzərində müəllif nəzarəti;
- sifarişçi tərəfindən tikintinin gedişatına nəzarət;
- materialların, komplektləşmənin düzgünlüyünün yoxlanılması;

- malgöndərən tərəfindən avadanlığa texniki xidmətlərin təmin edilməsi.

Avadanlıq komplekti üzrə kontraktların xüsusiyyətlərindən biri də qiymətqoymanın mürəkkəb metodlarının tətbiqidir. Burada məsələnin qoyuluşu mürəkkəb olduğu kimi, mürəkkəb metodlar da tətbiq edilir. Bunlar aşağıdakılardır:

- kontrakt imzalanarkən göndərilən avadanlığın hər bir hissəsinə qiymətin (bazis qiymətinin) qoyulması;
- xammal və materialların qiymətlərinə, (bazis qiymətlərilə), habelə əmək haqqı, istehsal xərcləri dəyişdikcə yuxarıda qeyd edilən qiymətlərə düzəlişlər verilməsi (korrektə olunması).

Avadanlıq komplektləşdirilərkən aşağıdakı üç tərkib hissəsi üzrə qiymətləndirilir:

- maşın, avadanlıq və materialların dəyəri;
- mühəndis-məsləhətçinin xidmətləri üzrə xərclər;
- tikinti işlərinin həyata keçirilməsi üzrə məsrəfələr.

Qiymətlərə həm də valyuta kursu dəyişildikdə düzəlişlər edilir.

Müasir dövrdə (şəraitdə) ödəniş üsullarının xeyli mürəkkəbləşməsi də xarakterik cəhətdir. Ödəniş üsulu, malın dəyərini ödənilməsi onun faktik göndərilməsinə (satışına) görə ödənildikdə fərqləndirilir. Ödənişin əsas üsulları isə nağd pulla, avansla və kredit verməklə ödəməkdir. Kontraktlarda iri və çox bahalı avadanlığın dəyərini ödənilməsi şərtini göstərərkən bu üç üsulun uyğun surətdə hamısından istifadə edilir. Məsələn, nağd ödəniş adətən hissə-hissə (texniki sənədlər, avadanlıq, təminat məbləği), yaxud da mal (məsələn, dəzgah, təyyarə) hazır olduqda ödənilir. Avans ödənişi çox vaxt sifarişin yerinə yetirilməsi

başlangıcında ödənilir. Kreditlə ödəniş isə məqsədli kreditləşmə prinsipini əsasında həyata keçirilir.

Kontraktın məşin və avadanlığın təhvil-təslim xüsusiyyəti bundan ibarətdir ki, qəbul malgöndərəninin (satıcı-istehsalçının) zavodunda yerinə yetirilir. Bu məqsədlə kontraktın təhvil-təsliminin qaydası müfəssəl surətdə göstərilir: onun (təhvil-təslimin) mərhələləri, qəbul müddəti, qəbul üzrə müfəttişin vəzifələri və s.

Xammal və materiallar üzrə Müasir dövrdə həmin məhsullar **kontraktın xüsusiyyətləri** üzrə kontraktlar uzunmüddətli xarakter daşıyır. Uzunmüddətli kontraktlar üzrə ən iri ticarət predmetləri aşağıdakı mallardır. Təbii qaz - 70-80%, daş kömür - 75%, dəmir filizi - 60-70%, neft - 10-15 %. Məcmu xammalın 85-90% bu malların (xammal və materialların) payına düşür.

Uzunmüddətli kontraktlarda həmin malların qiymətləri ya birdəfəlik müqavilə fəaliyyətinin bütün müddətinə, ya da bir, yaxud yarım il üçün müəyyən edilir. Uzunmüddətli kontraktlar üzrə həmin məhsullarla ticarətin müəyyən üstünlükləri vardır: əvvəla, xammal üzrə mallar əsasən digər mallardan (məhsullardan) bununla fərqlənir ki, onlarda mənəvi köhnəlmə olmur, keyfiyyəti isə əsasən dəyişməz qalır; ikincisi, uzunmüddətli kontraktlar bağlamaqla istehsalın onlara olan tələbatı dolğun və sabit (məhkəm) ödənilir; üçüncüsü, uzunmüddətli kontraktlar üzrə mal göndərmələrin payı (xüsusi çəkisi) çox olduqda tələb, təklif və qiymət digər bazarlara nisbətən, sabit (məhkəm) olur.

Yeraltı qazıntıların (neftdən savayı) dünya ixracatında uzunmüddətli ticarət razılaşmalarının xüsusi çəkisi 50-60%, yenidən emal olunmuş xammalınkı isə 5-7% təşkil edir.

Uzunmüddətli müqavilələr üzrə beynəlxalq ticarətin müəyyən üstünlükləri vardır. Əvvəla, ona görə ki, emal sənayesi məhsullarına nisbətən xammal mənəvi köhnəlməyə məruz qalmır; ikincisi, uzunmüddətli ticarət kontraktlarının vasitəsilə sabit xammal mənbələrindən istehsalın xammala olan tələbatı uzunmüddətli perspektiv dövr üçün ödənilir ki, bu da istehsalı müəyyən bir xammala uyğunlaşdırmağa imkan verir; üçüncüsü, o bazarlarda ki, uzunmüddətli kontraktlar üzrə malgöndərmənin payı (xüsusi çəkisi) çox böyükdür, onlar üçün tələbin, təklifin və qiymətin açıq (adi) bazarlara nisbətən sabitliyi daha xarakterikdir.

Bundan əlavə, kontragentlər arasında uzunmüddətli müqavilə münasibətlərinin inkişafı beynəlxalq əmək bölgüsü prosesinin dərinləşməsinə, xarici firmaların təsərrüfat fəaliyyətinin ixtisaslaşması və kooperasiyalaşmasına, dünya iqtisadiyyatının qeyri-sabitliyinə təsir göstərir. Həm də müasir dövrdə uzunmüddətli müqavilə münasibətlərinin yaradılmasına olan tələbat (ehtiyac) yeni faydalı qazıntı yataqlarının işlənilməsinə yönəldilən kapital tutumunun xeyli çoxalması ilə bağlı olaraq artmaqdadır. Və nəhayət, müasir şəraitdə təsərrüfat konyunkturunun ciddi tərəddüd etməsilə əlaqədar olaraq, uzunmüddətli kontraktların müddətinin ümumən ixtisar edilməsi nəzərə çarpır. Məsələn, daş kömür üzrə uzunmüddətli kontraktlar təbii qaz bazarlarında müşahidə olunur (20 ilədək).

Uzunmüddətli kontraktların xarakterik cəhətlərindən biri də qiymətlərin, ya müqavilənin bütün fəaliyyət dövrü üçün birdəfəlik, yaxud da dövrlər üzrə bir il, yarım il üçün müəyyən edilməsidir, əlbəttə, sonralar müntəzəm surətdə yenidən baxılması şərtilə. Məsələn, daş kömürün bazis qiymətinə hər il baxılır.

Xammal və yarımfabrikatlar üzrə uzunmüddətli kontraktlar bazarların konyunkturundan asılı dərəcədə bir qədər dəyişkən olur. Bununla bağlı, onların xüsusiyyətlərinin vaxtaşırı (dövraşırı) tədqiq edilməli vacibdir.

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq kontraktın və alqı-satqının ümumi şərtləri.
2. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə ticarət qaydaları və adətləri. Onların rolu və əhəmiyyəti.
3. Malgöndərmənin bazis şərtlərini necə başa düşmək olar. Bu şərtləri təsnifləşdirin.
4. Kontrakt qiymətlər necə müəyyənəşdirilir.
5. Malın təhyil-təslimi hansı məkanlarda (yerlərdə) həyata keçirilir, bu prosesin mahiyyəti nədən ibarətdir?
6. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsi sahəsində reklamasiya iddiaları və onun tətbiqi hansı hallarda baş verə bilər və necə həll olunur?

V FƏSİL. BEYNƏLXALQ ALQI-SATQI KONTRAKTLARININ (MÜQAVİLƏLƏRİNİN) İCRA EDİLMƏSİNİN TƏŞKİLİ

§ 1. Malın (yükün) göndərilməsinə hazırlıq

Kontraktın icrası tərəflərin müqavilədə öz üzərlərinə götürdükləri təhüdüdlərin yerinə yetirilməsi deməkdir. Bunun üçün satıcı-ixracatçı malın göndərilməsi və bununla bağlı özünə çatacaq ödənişlərin təmin edilməsi üçün müvafiq sənədlər hazırlayır. Əgər malgöndərmədə məşin və avadanlıq nəzərdə tutulursa, üstəlik o, texniki xidmətlər göstərməsinin təşkili üçün də müvafiq hazırlıq görməlidir. Bu hazırlıq isə aşağıdakıları nəzərdə tutur: malın mar-kirovka olunması və qablaşdırılması tələblərinə əməl edilməsi; nəqləmə şərtlərinin və iqlim xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması; sonradan yenidən qablaşdırılması lazım gələcək mallar üçün təyinat ölkəsinin gömrük rejiminin spesifik xüsusiyyətlərinin həmin ölkədən öyrənilib əməl edilməsi və s. (7-ci əlavə)

Malın qablaşdırılması tələbləri Bu tələblər aşağıdakı göstəricilər və şərtlərlə əlaqədar müxtəlif olur: malın nəql edilməsi; iqlim şəraiti, gömrük rejimi və malın təyinat yeri olan ölkənin qanunçuluğunun öncədən nəzərə alınması. Bunların hər birini ayrılıqda nəzərdən keçirək:

1. *Malın (yükün) nəql edilməsi ilə bağlı tələblər.* Qablaşdırma formasını seçərkən hökmən bunlar nəzərə alınmalıdır: nəqləmənin üsulu; məsafə və nəqləmənin sürəkliliyi (müddəti, davamı); yolboyu malın yenidən (başqa bir nəqliyyat vasitəsinə) yüklənməsi zərurəti; hərərət rejimi və nəqləmə vaxtı; rütubətlik, ilin vaxt

dövrleri (hava şəraiti); nəqliyə məsrəflərinin ödənilməsi üsulları; digər malın (yükün) yüklərlə birgə yerləşdirilməsi və s.

Ümumən məlumdur ki, nəqliyə üçün müxtəlif nəqliyyat vasitələrindən istifadə olunur: dəniz nəqliyyatından, dəmiryolu, avia və avtomobil nəqliyyat növlərindən. Məsələn, dəniz daşınmasında yüklərin bir-birinə sıxılması, birinin digərinə təzyiq göstərməsi halına və gəminin yan əyilməsi nəticəsində sıxılmaya və s. diqqət yetirilməlidir.

Aviadaşımada taralar imkan daxilində yüngül olmalıdır. Çünki burada tariflər daha yüksəkdir. Aviadaşımada tez alışan yüklərə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bu növ malların oda davamlı taralara doldurulması (qablaşdırılması) daha məqsəduyğundur.

Dəmir yolu daşınmalarında yüklərin aşmasına, vaqonların tərpəndiyi və tormoz verdiyi hallarda təkəna məruz qalacağına fikir verilməlidir.

Avtodaşımada da onların xüsusiyyətləri öncədən götür-qoy edilməli, yuxarıda göstərilən mallardan əlavə bu növ yükdaşımalarda tariflərin bahalılığına, yüklərin təhlükəsizliyinə və s. diqqət yetirilməlidir.

2. *İqlim xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla qablaşdırma tələbləri.* Tropik iqlimli ölkələrdə qablaşdırmaya xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bu yerlərdə havanın rütubətliyi 60%-dən çox olur. Orta hərərət isə 30-40% S^o olmalıdır. Çox vaxt qablaşdırma üçün qaynaq edilmiş və möhkəm bağlanmış taralar, habelə metal konteynerlər istifadə olunur.

3. *Gömrük rejimilə bağlı qablaşdırma tələbləri.* Bu halda gömrük tariflərinin qablaşdırma tələblərinə uzlaşmasına diqqət yetirilməlidir. Gömrük vergilərinin malın brutto çəkisindən tutulmasının

böyük əhəmiyyəti vardır. Belə hallarda qablaşdırmanın özü və qablaşdırılan material (tura) imkan daxilində çox yüngül olmalı və asan açılmalıdır. Belə ki, tura çox qiymətli materialdan hazırlandıqda malın özündən əlavə ondan ayrıca vergi tutulur. Bunlar aşağıdakılardır:

4. *Təyinat ölkəsinin qanunçuluğuna uyğun surətdə qablaşdırma tələbləri.* Bəzi ölkələrdə malların müəyyən qablaşdırılma materialında gətirilməsinə qadağa qoyulur. Bəzilərində isə müəyyən qablaşdırma materialına, məsələn, şüşə qablara, metal vərəqələrə xüsusi idxalat vergiləri qoyulur.

5. *Markirovka tələbləri:*

a) *yük (mal) göndərilən ünvan (şəhər) üçün nişanələr.* Burada yük qəbul edən və yük göndərən adı, malın (yükün) netto və brutto çəkisi, kontraktın (müqavilənin) sıra sayı (N-si) və s. hökmən göstərilməlidir. Bu, mal markirovkası adlanır;

b) *yükü daşıyan təşkilat üçün tələb olunan məlumatlar.* Bunlara əsasən göndərmə və təyinat yerlərinin, habelə məmləkətlərinin adları, marşrutlar və s. aiddir. Bu isə yük markirovkasıdır.

v) *yükdaşıma vaxtı zəruri nişanələrin qoyulması.* Məsələn, vaqonlar və lyukların (gəmidə yük doldurulan yer) nömrəsi (sayı), gəminin adı və s. Bu nişanələr mal göndərən tərəfindən deyil, nəqliyyat təşkilatı tərəfindən qeyd olunur;

q) *daşıma, yükləmə-boşaltma vaxtı mallarla rəftar etməni göstərən nişanlar.* Bu da xüsusi (əlahiddə) markirovka adlanır.

§ 2. Müqavilə icrasının rəsmiləşdirilməsi üzrə xarici ticarət sənədləri

Xarici ticarət müqavilələrinin icrasını, yəni satıcının mal göndərməsini, onun yüklənib daşınmasını, sığortalanmasını, anbarda saxlanılmasını, gömrükdən keçirilməsini təsdiqləyən və s. sənədlərə xarici ticarət sənədləri deyilir. Yerinə yetirilən funksiyalarından asılı olaraq bu sənədlər aşağıdakı qruplara ayrılır:

1. İxrajat məqsədilə nəzərdə tutulan malın istehsalını təmin etmək üçün sənədlər. Bu sənədlərə aşağıdakılar aiddir:

- satın almaq üçün tapşırıq (sifariş). Bu sənəd alıcının istehsalçıya sifariş verdiyi malın istehsalı üçün əldə edəcəyi məmulatı, yaxud materialları satın alması üçün verilir.

- məhsulların anbardan göndərilməsi üçün naryad (tapşırıq, yazılı icazə);

- fakturlaşma cədvəli (yola salınan malların siyahısı). Bu, hesablaşmalar üçün sənəd kimi istifadə olunur;

- qablaşdırma üzrə təlimat;

- daxili nəqliyə üçün faktura (müəssisə, sahədaxili);

- statistik və sair daxili inzibati sənədlər.

2. Malın yola salınmasına hazırlıq üçün sənədlər:

- fraxtaetmə (gömini kirayə etmə, kirələmə) üçün sifariş. Həmin sifariş əsasında malgöndərən öncədən yükdaşıyandan ehtiyat yer saxlaması üçün xahişini təsbit edir;

- göndərmə üzrə təlimat. Bu təlimatda yük haqqında dəqiq məlumat öks etdirilir;

- malın göndərilməsi üçün tapşırıq. Malgöndərən bu sənəddə yükdaşıyan təşkilat üçün malın partiyaları (dəstələri) barədə dəqiq

məlumatlar göstərir;

- nəqletmə üçün order (yerli nəqletmələrdə);
- yükün göndərilməsi üçün hazır olduğu barədə məlumat (elan);

- göndərilmə orderi (göndərmək üçün);
- malın yola salındığı barədə məlumat (xəbərdarlıq). Satıcının, yaxud malgöndəronin malalana yolladığı yük barədə məlumat sənədi;

- sənədlərin bölüşdürülməsi (paylanması) barədə məlumat. Beynəlxalq ticarətdə sənədlər komplektinin hazırlanmasına məsuliyyət daşıyan tərəflər həmin sənədlərin orijinalını, yaxud surətlərini alacaq müxtəlif alıcı tərəflərə (hüquqi şəxslərə) göndərirlər:

- malı göndərmək üçün icazə sənədi. Alıcı malın göndərilməsinə hazır olması barədə satıcıdan məlumat aldıqda, o, rəsmi sənədlə öz razılığını bildirir.

3. Mal alış-verişi üzrə sənədlər. Bu sənədlər malın dəyər, keyfiyyət və kəmiyyət xarakteristikasını verir. Həmin sənədlər satıcı tərəfindən özünün xüsusi banklarında hazırlanır, alıcı isə malın dəyərini ödəyir və qəbul edir. Həmin sənədlər bunlardır:

- *haqq-hesab sənədi*. Bu, əsas hesablaşma sənədidir. Bu sənəddə malın göndərilməsi və hesablaşmalar barədə bütün rekvizitlər əks olunur. Bunlar aşağıdakılardır:

- a) *hesab-faktura* mal tam qəbul edildikdən sonra alıcı tərəfindən yazılır. Hesab-faktura özünün bir sənəd kimi təyinatından əlavə mal üçün veriləcək məbləği göstərməklə yanaşı, o, malları birlikdə göndərilən faktura¹ kimi də istifadə oluna bilər;

¹ Buraxılış, gönlərilən malın siyahısı

b) *hesab-spesifikasiya*². Bu sənəd hesabın və onun spesifikasiyasının rekvezitlərini ümumiləşdirir (birləşdirir);

v) *ilkin hesab*. Təyinat ölkəsində mal qəbul edildikdə yazılır. Çox az hallarda tətbiq olunur.

q) *proforma-hesab* (zahiri rəsmiyyət). Bu sənəd hesab sənədində olduğu kimi, mal dəstinin (partiyasının) qiymətini və dəyərini əks etdirir. Lakin o, hesablaşma sənədi kimi istifadə olunmur, hesablaşmanın əsas funksiyasını yerinə yetirir.

4. Mala və mallar partiyasına kəmiyyət (miqdar) xarakteristikası verən sənədlər: spesifikasiya sənədi; texniki sənədlər (məşin, avadanlıq üçün); qablaşdırma vərəqi.

5. Göndərilən malların keyfiyyətinə dair mühüm sənədlər: keyfiyyət haqqında sertifikat; təminat təhüdü (öhdəçiliyi) sənədi; sınaq (yoxlamaq) protokolu; malın göndərilməsinə icazə sənədi.

Ödəniş-bank əməliyyatları Bunlar aşağıdakılardır:

üzrə sənədlər

- bank köçürmələri üzrə təlimat;
- bank trattası (barat vekseli) üzrə sifariş;
- inkasso ödənişi (tapşırıqla sənədlər və ya veksellər üzrə pul almaq) haqqında məlumat (xəbər vermə);

- inkasso ödənişinə dair məlumat. Bu sənədin vasitəsilə bank inkasso üzrə ödənişin yerinə yetirildiyini bildirilir. Sənəddə vəsaitin realizə edilməsinə dair məlumatlar və metodlar ətraflı şərh olunur;

² Spesifikasiya - bir şeyin spesifik xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsi, yaxud da bir şeyin dəqiqləşdirilmiş təsnifi.

- mal akkreditivi üzrə məlumat vermək üçün sənəd. Bu sənədin vasitəsilə bank mal akkreditivinin göndərilməsi məlumatını bildirir;

- mal akkreditivinin qəbul edilməsi haqqında məlumat;

- bank təminatı barədə sifariş. Müştəri öz bankından rica edir ki, digər ölkədəki tərəf müqabilinə ödəniş məbləğini və valyuta növünü göstərməklə ona təminat versin;

- bankın razılaşdırılmış məbləği ödəməyi barədə sənəd;

- mal akkreditivləri üzrə təminat məktubu;

- inkasso tapşırığı;

- sənədlərin təqdimat forması. Tratta, yaxud analoji maliyyə sənədi və yaxud haqq-hesab sənədləri vasitəsilə aksept, uçota almaq, yenidən işləmə, inkasso üzrə ödəniş üçün banka təqdim olunan sənəddir;

- mal akkreditivi. Bu sənəddə göstərilir ki, bank mal akkreditivi açdığını təsdiq edir. Bunun əsasında digər ölkədəki tərəf-müqabil ödənişi ala bilər.

Akkreditiv digər bank tərəfindən təsdiq olunmaya da bilər.

- mal kreditinin açılması barədə məlumat;

- mal akkreditivinin köçürülməsi barədə məlumat;

- bank trattası. Üçüncü tərəfin xeyrinə qoyulan (keçirilən) tratta sənədi;

- köçürülmüş veksəl. Bir hüquqi şəxsdən digərinə köçürülən sənəd;

- adi (sadə) veksəl. Qanunçuluğa uyğun surətdə imzalanmış halda digər hüquqi şəxsə verilən veksəl;

- borc öhdəçiliyi. Borcu vaxtında ödəyəcəyi barədə alıcının mövcud qanunçuluğa uyğun öhdəçilik xarakteri daşıyan rəsmi sənəd.

nəddir.

Sığorta sənədləri Bu sənədlər sığorta edənə sığorta olunan tərəflər arasın da münasibətləri əks etdirir və aşağıdakılardan ibarətdir:

1. *Sığorta polisi (sığorta vəsiqəsi)*. Sığorta edən tərəfindən verilir. Öncədən bağlanmış sığorta müqaviləsinin şərtlərini əks etdirir. Bu polisin aşağıdakı növləri vardır;

a) reysin sığortası (gəminin, qatarın və s. marşrut yolu) polisi. Xüsusi blankda rəsmiləşdirilir, hər iki tərəf imzalayır. Polisdə aşağıdakı məlumatlar göstərilir: sığorta olunan tərəfin adı; sığorta şərtləri; sığorta məbləği; sığorta üçün sığorta olunan tərəfin verəcəyi haqqın məbləği;

b) əsas polis. Sığortaçı ilə sığorta olunan hüquqi şəxslər arasında uzun müddətə bağlanmış sığorta müqaviləsi;

v) qarışıq polis. Müəyyən reys və müəyyən müddət üçün sığorta olunan obyekt üzrə polistir (sənəddir).

2. *Sığorta sertifikatı*. Sığorta cəmiyyətinin obyektin (yükün) sığorta edilməsini və sığorta olunan hüquqi şəxsə təqdim edəcəyi sənəd. Bu cür sertifikat belə bir halda verilir ki, mallar (yük) əsas, yaxud valyutalaşdırılmamış polisin şərtlərinə uyğun gəlsin. Sığorta edilən tərəfin tələbinə görə, onu adi sığorta polisinə də dəyişmək olar.

3. *Sığorta olunanın hesabı*. Sığorta pulunu (məbləğini) almaq üçün sənəd.

4. *Kovernot*. Sığortaçı (sığorta dəllalı, agent) tərəfindən sığorta olunana verilən sənəddir. Bu sənəddə sığorta olunana bildirilir ki, onun sığorta edilməsi barədə təlimatı öyrənilibdir.

Nəqliyyat sənədləri Nəqliyyat sənədləri yükü nəql edən təşkilatlar tərəfindən yazılır. Bu sənəd onların malı göndərmək üçün qəbul etdiklərinə dəlalət edir. Yük dəmir yolu vasitəsilə göndərildikdə dəmir yolu fakturası, avianəqlində-aviayük fakturası, avtoyol nəqlində - avtoyük fakturası, ölkədaxili daşımalarda isə universal nəqliyyat sənədi, yaxud qarışıq daşıma sənədi, ya da kombinəlaşdırılmış daşıma sənədi yazılır. Yükdaşmanı təmin edən sənədlər bunlardır: yükü qəbul etmək haqqında qəbz; zəminlik məktubu; nəqliyə haqqında ekspeditor şəhadətnaməsi; tonnajın (göminin ton hesabı ilə yük tutumu) fraxta olunmasının təsdiqi (şəhadəti); yola salınma haqqında məlumat-tələbnamə; fraxt hesabı; yükün təyinat yerinə gəlib çatması haqqında məlumat; yükün göndərilməsinə maneçilik baş verməsi barədə məlumat; daşıma vaxtı baş verə biləcək maneçiliklər haqqında məlumat; malgöndərmə haqqında məlumat; yük manifesti (müxtəlif mənalarda: çağırış, göstərirəm, aşkar etdim, rəsmi müraciət); fraxt manifesti; konteyner manifesti və s.

Beynəlxalq yükdaşımalar üzrə yuxarıda göstərilən nəqliyyat növləri nəzərə alınmaqla konkret nəqliyyat sənədlərinə nəzər yetirək.

Konosament. Bu sənəd gəmi sahibi tərəfindən yükəgöndərənə yükü dəniz yoluyla daşımaq (aparmaq) üçün qəbul etdiyini bildirən və təsdiqləyən sənəddir. Konosament üçün funksiya yerinə yetirir: əvvəla, yuxarıda deyildiyi kimi, gəmi sahibi daşımaq üçün yükü qəbul etdiyini bildirir; ikincisi, konosament malı (yükü) idarə və yerbəyər etmək üçün onun (konosamentin) orijinalını yükə sərəncamlıq etmək hüquqı sahibinə verən əsas sənəddir; üçüncüsü, yükün dəniz yoluyla daşınması üçün öncədən bağlanmış müqaviləni

yilir. Şturman qəbzi konosament hazır olanadək yükün ləngimədən gəmi bortuna yazılması üçün verilir.

Dəniz fakturası. Buna "xətt gəmisi nakladnoyu", yaxud "okean gəmisi nakladnoyu" da deyilir. Bu sənəd malın (yükün) dəniz yolu ilə daşınacağını və yükdaşıyanın sənəddə göstərilən yükün malalana çatdırılması öhdəçiliyini təsdiq edir.

Dəmiryolu fakturası. Bu, "beynəlxalq nəqliyyat fakturası" da adlandırılır. Fakturada əsasən aşağıdakı məlumatlar göstərilir: toyinat stansiyası və sərhədboyu stansiyaların adı; yükün adı; yükdaşıma haqqı (ödənişi); yükün dəyəri.

Fakturanın mətni xüsusi blankda və iki dildə yazılır. Yuxarıda göstəriləndiyi kimi, dəmiryol nakladnoyu də yükgöndərən, yaxud onun ekspeditoru tərəfindən yükalanın adına yazılır.

Yol cədvəli. Uçot sənədidir. Hər bir fakturaya əlavə kimi yazılır. Yol cədvəli bütün yolboyu yükü müşahidə edir və dəmiryolu nəqliyyatında yükdaşıma sənədi hesab olunur.

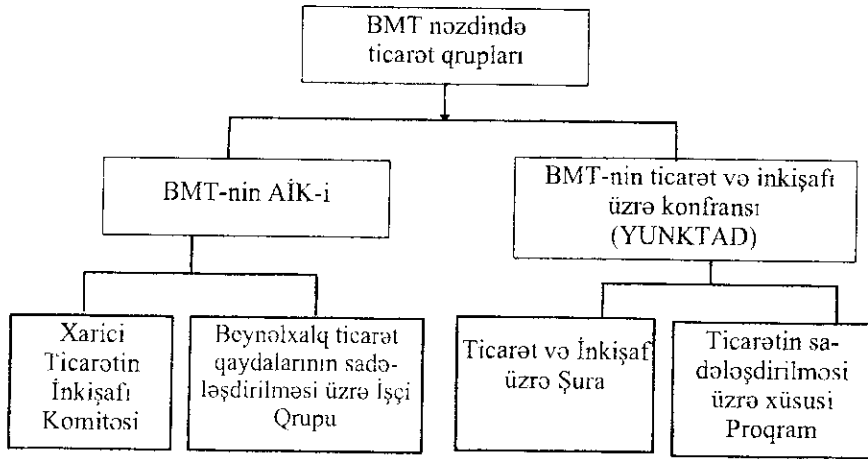
Aviayük fakturası. yükgöndərən tərəfindən onunla, yəni yükgöndərənə yükü daşıyan, yaxud daşıyanlar arasında yükün aviaxəttlə göndərilməsi barədə öncədən bağlanmış müqaviləni təsdiq edən sənəddir. Sənəd yükgöndərən tərəfindən doldurulur və üç əsl nüsxədə yükdaşıyana verilir. Bunlardan biri "yükdaşıyan üçün" işarəsilə, ikinci nüsxə "malalan üçün" işarəsilə yazılır, üçüncü nüsxə isə həm yükgöndərən, həm də yükdaşıyan tərəfindən imzalanmaqla yükü müşahidə etmək üçündür. Aviayük fakturası nə malə sərəncamçıdır, nə də başqasına veriləcək sənəddir, ancaq müqavilə əsasında malın daşınmasını və onun şərtlərini təsdiq etmək üçün yazılmış sənəddir. Çox hallarda bu sənəd yükün ətraflı və dəqiq təsvirini göstərən gömrük deklarasiyası kimi də istifadə

mürəkkəbləşməsi ilə bağlı beynəlxalq ticarət qaydalarının, standartlaşmanın və xarici ticarət sənədlərinin unifikasiya edilməsini (vahid bir şəkllə salınmasını) öncül vəzifələrdən biri kimi qarşıya qoyur. Məsələn, xarici ticarət sənədlərinin standartlaşdırılması nəinki xarici ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsi qaydalarını və yollarını asanlaşdırır, eyni zamanda informasiyaların ötürülməsində məlumatların hesablanıb verilməsi və metodlarının avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemindən istifadəsinə əlverişli imkanlar yaradır. Bu sahədə AİK-nin (Avropa İqtisadi Komissiyası) rəhbərliyi altında xeyli iş görülmüşdür. Hələ 1960-cı ildə həmin AİK çərçivəsində xarici ticarət sənədlərinin sadələşdirilməsi və standartlaşdırılması üzrə "İşçi qrupu" yaradılmışdır. Həmin qrupun tərkibinə sabiq SSRİ-də nəzərə alınmaqla 20 Avropa ölkəsi daxil edilmişdir. İşçi qrupu AİK blankının ilkin sxeminin nümunəsini hazırladı. Həmin sxem əsasında sonralar aşağıdakı sənədlərin standart formaları işlənib hazırlandı: yükləmə (göndərilmə) spesifikasiyası; komplektləşdirmə cədvəli; qablaşdırma vərəqi; keyfiyyət haqqında sertifikat; hesab; malın mənşəyinə dair sertifikat: səfir (konsul) fakturası; malın göndərilməsi tapşırığı; konosament; avia fakturası; sığorta etdirmək üçün ərizə; sığorta polisi.

1970-ci illərin başlanğıcında nəqliyyat texnikasının və məlumatlarının işlənilməsi sürətinin artımı ənənəvi sənədlərin, informasiyaların daha tez mübadiləsini həyata keçirməyə imkan verən metodlarla əvəz edilməsini şərtləndirdi. Məsələn, telekslə informasiyaların ötürülməsini, hesablama maşınlarıyla informasiyalar hazırlanmasını və s. buna misal gətirmək olar. AİK çərçivəsində məlumatların və beynəlxalq ticarətdə kodlaşdırmanın

avtomatik işlənməsi üzrə ekspertlər qrupu da yaradıldı. 1972-ci ildə AİK İşçi qrupuna yeni ad verildi: - "Beynəlxalq ticarət qaydalarını sadələşdirən (BTQS) İşçi qrupu". Bununla bağlı, BMT nəzdində ticarətin strukturu təsis olundu. Sxematik olaraq bunu aşağıdakı kimi ifadə etmək olar (3-cü şəkil).

Beynəlxalq ticarət, nəqliyyat, yaxud rəsmi bölmələrin, məsələn, yükdaşıyanların, gömrük orqanlarının, bankların, ixracatçı və idxalatçıların, ekspeditor və sığorta idarələrinin təcrübə və tələbləri də ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi istiqamətlərinə daxil edilmişdir. Bununla yanaşı, ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə yeni milli təşkilatların sayının artırılması prosesi də gedir.



3-cü şəkil. BMT-nin nəzdində ticarət qruplarının strukturu.

§ 4. Beynəlxalq ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə İşçi Qrupunun funksiyaları

İşçi qrupu xarici ticarət qaydalarının səmərəliləşdirilməsinə və onlardan effektiv istifadə olunmasına təsir göstərmək yolu ilə beynəlxalq ticarət və nəqliyyat işini asanlaşdırır və bu məqsəd üçün məlumatların elektron və digər avtomatik üsullarla işlənilib hazırlanmasını tövsiyə edir. Bu başlıca cəhəti əsas tutaraq o, aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

1. Beynəlxalq ticarət qaydalarının və yükdaşımının sadələşdirilməsi sahəsində lazımi uzlaşdırmanı, uyğunlaşdırmanı təmin edir.

2. Beynəlxalq ticarətdə və yükdaşımada zəruri tələb olunan ticarət qaydaları icmalını (xülasəsini) həyata keçirir.

3. Ticarət rəsmiyyətçiliyi, qaydaları, sənədləri və sair sıx əlaqədar məsələlər barədə informasiyalar toplayır və yayır.

4. Onların sadələşdirilməsi və həllinin metodikası problemlərinə ümumi yanaşmanın işlənilməsinə təsir göstərir.

5. Formulyar¹ əsasında AİK-in müəyyən etdiyi nümunəyə uyğun olaraq elektron hesablama maşınlarında və digər avtomatlaşdırılmış sistemlərdə istifadə olunması üçün nəzərdə tutulan sənədlər də daxil olmaqla ticarət sənədlərinin sadələşdirilməsini və standartlaşdırılmasını həyata keçirir.

6. Beynəlxalq ticarət sənədlərində göstərilən məlumatların standartlaşdırılmasına, habelə standart ticarət terminalogiyasının və xarici ticarət informasiyalarının kodlaşdırılmasının işlənilib hazırlanmasına təsir göstərir (kömək edir).

¹ Xidmət kitabçası, kitabxana kartoçkası

7. Beynəlxalq elektrik rabitəsi ilə məsləhətləşmələrdə, beynəlxalq ticarətdə məlumatların elektron ötürülməsinin lazımı sisteminin və avadanlığın tətbiq edilməsinə təsir göstərir.

İşçi qrupuna səlahiyyət verilmişdir ki, AİK ölkələrinin hökumətinə tövsiyələr versin. Bu məqsədlə beynəlxalq ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə İşçi qrupunun iş proqramına çoxlu layihələr daxil edilmişdir. Bu layihələr aşağıdakı sərəhəhələr altında təsnifləşdirilə bilər: a) *müasir ticarət praktikası və qaydaları*; b) *beynəlxalq ticarətin sadələşdirilməsi üzrə tədbirlər*; v) *ticarətdə məlumatların ötürülməsi metodlarının sadələşdirilməsi və harmonizasiya edilməsi*; q) *BMT-nin (AİK) tövsiyələrinin tətbiq edilməsi və həyata keçirilməsi*.

BMT-nin AİK-i tərəfindən aşağıdakı tövsiyələr işlənilib qəbul edilmişdir:

1. Xarici ticarət sənədləri üçün AİK-in formulyar nümunəsi;
2. Xarici ticarət sənədlərində kodların yerləşdirilməsi;
3. Ölkələrin adları üçün kod.

Ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi sahəsində əməkdaşlıq üçün BMT-nin AİK-i effektiv beynəlxalq forum olmuşdur. Həmin əməkdaşlığın bu günədək əldə etdiyi praktiki nəticələr bunlardır:

1. BMT-nin formulyarı əsasında xarici ticarət sənədləri üçün onun (BMT-nin) tərəfindən razılaşdırılmış ticarət sənədləri sisteminin yaradılması

2. Beynəlxalq ticarətdə istifadə etmək üçün kodlar üzrə razılaşmaların müəyyənləşdirilməsi (məsələn, ölkələrin, valyutanın, göndərmə şərtlərinin "kod"la işarələnməsi);

3. Ticarət məlumatlarının əsasları üzrə arayış kitabçası (ilk dəfə 1980-ci ildə buraxılıb);

4. Ticarətdə məlumatlar mübadiləsi üzrə rəhbər prinsiplər. Bu prinsiplər BMT-nin AİK tərəfindən işlənib hazırlanmışdır.

Beynəlxalq tələblərin milli səviyyələrdə ycrinə yetirilməsi də zəruridir. Çünki bu tələblər ümumi xarakter daşıyır. Belə ki, hər bir milli səviyyədə (ölkədə), habelə beynəlxalq ticarət iştirakçısı olan firma və təşkilatlarda bu tələblərin təsnifləşdirilməsi, dəqiqləşdirilməsi, təfsilatlaşdırılması mümkün sayılır.

Təkrar üçün suallar

1. Yükün göndərilməsinə hazırlıq mərhələləri və onların xüsusiyyətləri.

2. Alış-veriş hesabı və ödəniş-bank üzrə nə kimi rəsmi sənədlər gərəkdir? Onların məzmunu haqqında xülasə.

3. Nəqliyyat və nəqletmə sənədləri, nəqliyyat növləri və yükdaşımalar üzrə onların məzmunu.

4. BMT nəzdində ticarət qruplarının strukturu, onların vəzifələri.

5. Beynəlxalq ticarət qayda və üsullarının sadələşdirilməsi və bu sahədə kodlaşdırmanın əhəmiyyəti.

VI FƏSİL. BEYNƏLXALQ QARŞILIQLI TİCARƏT ƏLAQƏLƏRİ

§1. Qarşılıqlı ticarət əlaqələrinin xüsusiyyətləri

XX əsrin son dövrlərində, əsasən də ki, axıncı iki onilliyində beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının təşkili və texnikasının xarakterində prinsipcə daha keyfiyyətli proseslər baş vermişdir. Həmin proseslər bu gün də əsaslı surətdə davam etməkdədir. Bunların üstünlük təşkil edən istiqamətlərindən biri də onların əlavə olaraq inkişafda olan ixracat-idxalat əməliyyatlarında kontragentlərin (partnyorların) qarşılıqlı öhdəliklər götürməsidir. İxracatçının müəyyən konkret malların və xidmətlərin idxalatçıdan satın alması, idxalatçının isə razılaşdırılmış malların və xidmətlərin ixracatçıya vaxtında göndərməsi öhdəliyini buna misal göstərmək olar. Məhz bu tipli əməliyyatlar beynəlxalq təcrübədə qarşılıqlı ticarət əlaqələri adını almışdır. Bu növ qarşılıqlı öhdəliklərin inkişafı ilə bağlı ticarət əməliyyatlarının nəzəriyyəsi və praktikasında yeni anlayışlar peyda oldu. Məsələn, "qarşılıqlı ticarət", "qarşılıqlı sövdələşmə", "qarşılıqlı saziş" və i.ə.

Bu gün qarşılıqlı ticarət artıq beynəlxalq mal mübadiləsinin tənziminin, ölkələr arasında iqtisadi və istehsal-texniki əməkdaşlığın inkişafına təsir göstərilməsinin, beynəlxalq hesablaşmaların səbatlaşdırılması və səhmanlaşdırılmasının mühüm vasitələrindən birinə çevrilmişdir. Onun tənzimədiçi rolu və əhəmiyyəti bunlardır ki, mal mübadiləsi üzrə ikitərəfli və çoxtərəfli hökumətlərarası razılaşmaların (sazişlərin bağlanması), habelə qarşılıqlı əsaslarda iqtisadi və istehsal əməkdaşlığı sazişlərinin bağlanması imkanını ve-

rir ki, bu da bir neçə il üçün qarşılıqlı göndəriləcək malların növü ri və həcmələri, onların ümumi dəyəri və hesablaşma qaydası, gö tərilməyə texniki xidmətlərin və elmi-texniki biliklərin və sınaq rının (lisenziya, "nou-xau" və s.) dəyəri və xarakteri öncədən müə yən edilsin. Beynəlxalq qarşılıqlı ticarətin həcmi artdıqca on tənizmedici rolu da artacaqdır. Bunu göstərmək kifayətdir. 1980-ci illərdə beynəlxalq qarşılıqlı ticarətin yeri ümumi beynə xalq ticarətdə 25%-dən 40%-ə qədər artmış, onun coğrafiyası i xeyli genişlənməmişdir.

Beynəlxalq mal dövriyyəsinin inkişafında qarşılıqlı ticarəti mühüm xüsusiyyətlərindən biri də onun dünya bazarlarında dəy məkə olan şərtlərə və şəraitə kontragentlərin dərhal uyğunlaşm əsinə imkan yaradan çevikliyidir. Həmin çeviklik, ilk növbədə, öz nü bunda göstərir ki, o, ayrı-ayrı ölkələrə öz ixracatının məqsə yönlü fərqləndirilməsinə, qeyri-ənənəvi satış bazarlarına, o cüml ədən inkişaf etmiş ölkələrin çətinliklə gedilə bilən bazarlarına çı mağa imkan verir, valyutaya qonaq etmək, beynəlxalq mal və xi mətərlər mübadiləsinə daha da sürətləndirmək üçün şərait yaradır.

Bu növ ticarətin xüsusiyyətlərindən biri də qarşılıqlı ticar ət əməliyyatlarının kompüterləşdirilməsinin təkmilləşdirilməsidir. Beynəlxalq ticarət təcrübəsində bu əməliyyatların kompüterləş cətilməsi beynəlxalq mal dövriyyəsinin inkişafının zəruri amilliyi art təsbit olunmuşdur. Məhz bu, alış-veriş məsələlərinin həllini yə keyfiyyətli səviyyəyə qaldırmışdır. Bunu da əsaslı bir nəticə ki r qeyd etmək olar ki, qarşılıqlı ticarətin inkişafı ilə bağlı beynəlx a mal mübadiləsinin yeni bir iqtisadi mexanizmi təşəkkül tapdı: be nəlxalq ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsinin yeni form ları, metodları və texnologiyası. Bu mexanizmin əsasını inkişaf e

miş və inkişafda olan ölkələr arasındakı ticarət təcrübəsində geniş yayılmış aşağıdakı sazişlər (razılaşmalar) təşkil edir: *"məhsul böl-güsünə dair"*, *"inkişaf-idxalat"*, *məqsədli kreditləşdirmə şərtlə "ən yaxın vaxtda"* sənaye obyektlərinin tikilməsi barədə, habelə istehsalın ixtisaslaşması və kooperasiyalaşması haqda, sənaye obyektlərinin tikilməsi barədə, habelə istehsalın ixtisaslaşması və kooperativləşdirilməsi haqda, inkişaf etmiş ölkələrin firmaları və digər ölkələrin təşkilatları arasında istehsalat əməkdaşlığı barədə sazişlər.

Beynəlxalq qarşılıqlı ticarətin və razılaşmaların daha bir xüsusi cəhəti də ixracatçı idxal edən firmaların, yaxud idxalatçı ölkələrin qarşılıqlı satınalma qaydası ilə satın alacağı mallar kütləsi ilə uzlaşdırılmasıdır.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, beynəlxalq qarşılıqlı ticarət bilavasitə istehsal sferasındakı iştirakçıların səmərəli, uzunmüddətli, qarşılıqlı və yararlı əməkdaşlığının yaradılmasına təsir edən ticarət əməliyyatları təşkilinin daha sürətli inkişaf etmiş formasıdır. Məhz bu, imkan verir ki, qarşılıqlı ticarətin obyektiv qanunauyğunluğundan, onun əlverişli perspektivindən söhbət açılsın. Elə qarşılıqlı ticarətin ixracatçı üçün üstünlük təşkil etməsi faktı onun öz tərəf müqabilləri (kontragentləri) ilə daimi işgüzar münasibətlərdə ixracatçının marağını daha da artırır. Bu isə o deməkdir ki, qarşılıqlı ticarətdən hər iki tərəf tam şəkildə faydalana bilər.

§ 2. Beynəlxalq qarşılıqlı razılaşmaların (sazişlərin) növləri

BMT-nin ekspertləri beynəlxalq qarşılıqlı razılaşmaları (sazişləri) üç növə ayırır: *a) barter razılaşmaları; b) ticarət kompensasiyası razılaşmaları; v) sənaye kompensasiyası razılaşmaları.* İqtisadi

Əməkdaşlıq və İnkişaf təşkilatının mütəxəssisləri isə bütün beynəlxalq qarşılıqlı razılaşmaları iki kateqoriyaya ayırırlar: ticarət kompensasiyası razılaşmaları və sənaye kompensasiya razılaşmaları.

Ticarət kompensasiyası razılaşmaları bir-birilə üzvi surətdə əlaqələri olmayan son dərəcə müxtəlif malların çox da böyük olmayan, yaxud da orta həddə olan məbləğdə birdəfəlik qısa, yaxud ortamüddətli ticarət əməliyyatlarıdır. Adətən, üç il müddətində tamamlanır.

Sənaye kompensasiyası razılaşmaları dedikdə isə daha iri məbləğdən ibarət olan, adətən Qərbin sənaye avadanlığı, yaxud hazır fabriki satdığı məbləğə uyğun gələn razılaşmalar başa düşülür.

Beynəlxalq ticarət təcrübəsi göstərir ki, qarşılıqlı razılaşmaların təsnifatı təşkilati-hüquqi və kompensasiya prinsipi əsaslarında qurulsaydı, daha əlverişli olardı. Bu növ yanaşmada beynəlxalq qarşılıqlı razılaşmaları üç növə ayırmaq daha əlverişli əhəmiyyət kəsb edərdi:

a) valyutasız əsaslarda mal mübadiləsi və kompensasiya razılaşmaları;

b) ticarət əsasında kompensasiya razılaşmaları;

v) istehsalat əməkdaşlığına dair razılaşma (saziş) əsasında kompensasiya razılaşmaları.

Həmin təsnifatın konkret sxemi aşağıda verilmişdir (10-cu əlavə). Bununla yanaşı, sxemdə verilən hər bir göstəricinin məzmununun nəzərdən keçirilməsi faydasız olmazdı.

Valyutasız əsaslarda mal mübadiləsi kompensasiya razılaşmaları. Valyutasız əsaslarda mal mübadiləsi və kompensasiyalı razılaşmalar mal-göndərmənin mal formasında da ödənişini nəzərdə tutur. Bu halda hesab-

laşmaların xarici valyutalarla aparılmasına ehtiyac qalmır. Malgöndərmənin xarakterindən və sazişin fəaliyyət müddətindən asılı olaraq iki cür razılaşma (sazişlər) fərqləndirilir: a) *birdəfəlik malgöndərmə sazişi*; b) *uzunmüddətli malgöndərmə sazişi*.

Birdəfəlik malgöndərmə sazişi. Bu saziş iki tipdə olur: barter sazişi və bilavasitə kompensasiyalı saziş.

Barter sazişi miqdarı öncədən razılaşdırılmış bir malın digəri-lə başabaş mübadiləsini nəzərdə tutur. Bu növ sazişdə tərəflər arasında ya mübadilə olunacaq eyni tipli malların miqdarı göstərilir, yaxud da onların qarşılıqlı dəyərləri razılaşdırılır. Dəyərləri razılaşdırılarkən mal yeridilişi xərcləri də nəzərə alınmaqla dünya qiymətləri əsas götürülür. Barter sazişləri Böyük Vətən müharibəsindən sonrakı dövrün ilk illərində çox geniş yayılmışdır. Sonralar o, xeyli səngidi. Yetmişinci illərin ortalarında xammal problemi xeyli, (xüsusən də neft üzrə) kəskinləşməyə başladı. "Xammal-xammala", yaxud "xammal-hazır məhsula" tipli barter sazişləri geniş vüsət aldı. Həm də əsasən inkişaf etməkdə olan ölkələrdən inkişaf etmiş ölkələrə doğru.

Bilavasitə kompensasiyalı saziş də barter sazişində olduğu kimi bərabər dəyərli malın valyutasız qarşılıqlı mübadiləsini nəzərdə tutur. Lakin barter sazişindən fərqli olaraq, bu, eyni zamanda qarşılıqlı mübadilə olunacaq malların qiymətləri öncədən razılaşdırılmasını nəzərdə tutur. Bir qayda olaraq tərəflər bir-birinə malların iki siyahısını göndərirlər. Bu siyahılardan birində malların miq-

darı və qiyməti göstərilməklə onların adı (siyahısı), digərində isə kompensasiya verilməsi təklif olunan malların adı göstərilir. Danışqlar nəticəsində qarşılıqlı göndəriləcək həmin malların iki siyahısını işləyib hazırlayır və onları kompensasiyalı sazişin ayrılmaz bir hissəsi kimi həmin sazişə əlavə edirlər.

Uzunmüddətli malgöndərmə sazişləri. Bu sazişlər də valyutasız əsaslarla firmalar səviyyəsində bağlanılır və ümumi (qlobal) sazişlər adını daşıyır. Belə sazişlər adətən bir tərəfdən transmilli korporasiyalar, digər tərəfdən isə dövlət təşkilatları, nazirlikləri, xarici bazarlara çıxmaq hüququ olan xarici ölkələrin müvafiq ticarət təşkilatları arasında bağlanıla bilər. Qlobal sazişlər kimya, mədən-çıxarma, sənayenin avtomobil istehsalı sahələri, bəzi maşınqayırma sahələri, habelə yeyinti, ərzaq, toxuculuq sənaye sahələri məhsullarının mübadiləsində daha çox istifadə edilir. Qlobal razılaşmalar (sazişlər) partnyorlara (tərəf-müqabillərə) müəyyən üstünlüklər verir. Məsələn, transmilli korporasiyalar kimi ixracatçılar konkret bazarda səbat və bir qayda olaraq daha çox genişlənməkdə olan öz məhsulunun satışı üçün imkanlar əldə edir. Hətta fərdi əsaslarda ayrı-ayrı qarşılıqlı malgöndərmələr, yaxud kompensasiyalı mal alışları üzrə öhdəliklər barədə danışqlar aparmağa belə ehtiyac duyulmur. Qlobal sazişlər həm də mərkəzi (əsas) saziş, yaxud da öhdəlik-məktub əsasında mal mübadiləsi sazişi formasını ala bilər.

Mərkəzi (əsas) saziş. Bu sazişlər iri transmilli korporasiyalar tərəfindən istifadə olunur. Müxtəlif qurumlar tərəfindən həyata keçirilən çoxsaylı qarşılıqlı satınalmalar olmasın deyə transmilli korporasiyalar idxalatçı məmləkətində hər hansı bir təşkilatla mərkəzi (əsas) saziş bağlayır ki, onun, yeni transmilli korporasiyanın

həmin ölkədə bütün qarşılıqlı satınalmalarını qruplaşdırmağa imkanı olsun. Bu hal transmilli korporasiyaya imkan verir ki, həmin qarşılıqlı satınalmaları müəyyən bir uzun müddət (təqribən 1-5 il dövr) ərzində mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirsin. Beləliklə, mərkəzi (əsas) saziş konkret bir ölkədə transmilli korporasiya fəaliyyətinin bütün sahələrini əhatə edir.

Öhdəlik məktub əsasında mal mübadiləsi sazişi. Bu növ saziş ixrac və idxal malları siyahılarının qarşılıqlı mübadiləsini nəzərdə tutur ki, bu əsasda da həmin öhdəlik-məktubda dövr ərzində (3-5 il) tərəf-müqabillər öz maraqlarını ifadə edirlər. Elə ki, qarşılıqlı maraqlandıran malların siyahısı müəyyənləşdirildi, tərəflər məktub-öhdəlik mübadiləsinə başlayırlar. Bu məktub-öhdəlikdə siyahıya daxil olan malların ümumi miqdarı müəyyən edilir. Məktubda ayrı-ayrı malların qiymətləri haqqında heç bir şərt göstərilmir və tərəflər üçün hər hansı bir hüquqi və təhüdüdlü şərtlər qoyulmur. Malların konkret miqdarı adətən əvvəlki ilin axırında danışıqlar gedişatında müəyyənləşdirilir. Qiymətlər kredit şərtləri və malgöndərmə müddətləri isə hər kvartaldan bir, yaxud da hər il razılaşdırıla bilər.

Müasir şəraitdə beş il və daha artıq dövr ərzində qarşılıqlı mal mübadiləsini təmin edən danışıqların digər analogi növləri də tətbiq olunmağa başlanmışdır. Bunlar sadəcə olaraq konkret mallar üzrə ticarət protokolu formasında realizə olunur.

**Kompensasiya- Ticarətdə kompensasiyalı sazişlər dedikdə,
lı razılaşmalar** malgöndərmənin, o cümlədən müvafiq qarşılıqlı malgöndərmənin ya bir alqı-satqı kontraktı əsasında, ya qarşılıqlı satınalmalar, yaxud da avans satınalmalar bəzədə razılaşmalar da əlavə edilməklə alqı-satqı kontraktı əsasında

müəyyən edilmiş müddət (dövr) ərzində həyata keçirilməsi başa düşülür. Belə sazişlərin hər bir istiqamətdə mal və maliyyə axınlarını nəzərdə tutan razılaşdırılmış maliyyə hesablaşmaları olur. Bu halda saziş iştirakçıları arasında maliyyə hesablaşmaları ya xarici valyuta vasitəsilə, ya da qarşılıqlı klirinq¹ iddialarını tənzimləmə yolu ilə həyata keçirmək olar. Adətən, beynəlxalq təcrübədə xarici valyuta vasitəsindən daha çox istifadə etməyə cəhd göstərmişlər.

Beynəlxalq kompensasiya razılaşmalarında istifadə olunan alqı-satqı müqavilələri beynəlxalq ticarət razılaşmalarındakı müqavilələrdən fərqlənir, hətta adətən, ixracat-idxalat əməliyyatlarında olduğu kimi, bu halda da həmin hesablaşma mexanizmindən istifadə edilir. Həm də alış-veriş əsasında kompensasiya razılaşmaları bir qayda olaraq qısamüddətli, yaxud da ortamüddətli olur və aşağıdakı növlərə ayrılır: *a) qısamüddətli kompensasiya razılaşmaları; b) qarşılıqlı satınalmalar; v) avans satınalmalar.* Həmin konkret razılaşmalar növünün hər bir, həm də konkret müqavilə formasına əsaslanır. Aşağıda onların hər birinin qısa şərhı verilir.

1. *Qısamüddətli kompensasiya razılaşmaları.* Bu növ razılaşmalar da öz növbəsində üç növə ayrılır: qismən kompensasiya razılaşmaları; tam kompensasiya razılaşmaları; üçtərəfli kompensasiya razılaşmaları;

Qismən kompensasiya razılaşmaları nəzərdə tutur ki, ixracatçının müəyyən və öncədən razılaşdırılmış payı (hissəsi) idxalat ölkəsində malların satın alınması ilə kompensasiya olunmalı, qalanı isə nağd pul vəsaitilə ödənilməlidir.

Tam kompensasiya razılaşmaları (sazişləri) ixracatçının gön-

¹ Klirinq - dövlətlər arasında banklar vasitəsilə nağd pulsuz haqq-hesab.

dərəcəyi malın dəyərinə bərabər, yaxud da dəyərindən artıq kompensasiya satınalma razılaşdırılmasını (sazişini) nəzərdə tutur.

Üçtərəfli kompensasiya razılaşmaları (sazişi). Həmin razılaşma (saziş) vasitəçinin, yaxud üçüncü tərəfin iştirakını nəzərdə tutur. Bu halda qarşılıqlı malgöndərmə üçüncü ölkəyə yönəldilir, malın dəyəri isə malalan tərəfindən ixracatçıya ödənilir.

2. Qarşılıqlı satınalmalar. Bu növ satınalma razılaşmalar nəticəsində bağlanan sazişlər əsasında həyata keçirilir. Qarşılıqlı satınalma dedikdə, bir qayda olaraq, əlaqələndirilmiş formada bağlanan bir neçə ticarət sazişi nəzərdə tutulur. Bunlara uyğun olaraq ixracatçı öz müqavilə öhdəlikləri çərçivəsində idxalatçıdan özünün malgöndərmə payı çərçivəsində mal əldə etmək razılığına gəlir. Bu növ qarşılıqlı satınalmanın qısamüddətli kompensasiyalı sazişindən fərqlinin əsas cəhəti bundadır ki, bu saziş (razılaşma) həmişə hər bir partnyorun aldığı göndərmənin (malın) dəyərini nağd pul vasitəsilə ödəməsini nəzərdə tutan iki və daha çox kontrakta əsaslanır.

Qarşılıqlı satınalmalara dair iki tip razılaşmanı (sazişi) göstərmək olar: paralel razılaşma və centlmen razılaşması. Bunlardan paralel razılaşma imzalanmış iki müstəqil kontraktı nəzərdə tutur: birincisi, ilkin ixracat üçün, ikincisi, qarşılıqlı satınalma üçün. Centlmen razılaşma isə ixracatçının qarşılıqlı satınalmaya qarşı qanuni qüvvəsi olan öhdəliyi olmur, baxmayaraq ki, centlmen razılaşması nəzərdə tutur ki, idxalatçıdan müəyyən edilməmiş miqdarda malın satın alınmasına razılığını bildirmişdir.

3. Avans satınalmalar. Bu, eyni zamanda "öncədən kompensasiya", "əlaqələndirilmiş satınalmalar" kimi adlanır. Razılaşmaların bu tipi paralel qarşılıqlı razılaşma (saziş) kimi ancaq əks tərəfdə

çıxış edir. Bu halda ixracatçı idxalatçıdan mal əldə etmək üçün bu şərtlə öhdəlik götürür ki, o, yəni idxalatçı nəticə etibarilə ekvivalent mübadilə qaydaları ilə ixracatçıdan mal satın alsın. Mövcud təcrübəyə uyğun olaraq ixracatçı əvvəlcədən belə bir kontraktı imzalayır ki, ixracat kontraktı sonradan malgöndərmə ərafəsində imzalanacaq, yaxud da kontraktda göstəriləcək ki, qarşıda gözlənilən razılaşmada da sazişə "kompensasiya krediti" kimi baxılacaqdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, transmilli korporasiya avans razılaşmanı (sazişi) satış bazarının genişləndirilməsinə yönəldilən ümumi strategiyasının bir ünsürü kimi istifadə edir. Avans satınalma həyata keçirilərkən, ixracatçı malgöndərməni daxili klirinq sistemi qaydasına uyğun surətdə bankın buraxdığı "zəmanət öhdəçiliyi"ni alıcıya verməklə ödəyir.

Çox hallarda avans, yaxud öncədən satınalmalar üstünlüklə maşınqayırma sahələrində qarşılıqlı satınalma barədə saziş bağlamaq əvəzinə istifadə olunur.

§ 3. İstehsal əməkdaşlığı razılaşmaları əsasında kompensasiya sazişləri

Bu cür sazişlər nəzərdə tutur ki, göndərilən sənaye avadanlığının dəyəri satın alınacaq avadanlığın köməyi ilə istehsal olunan malların qarşılıqlı göndərilməsi hesabına ödənilsin. Belə razılaşmalara (sazişlərə) aşağıdakılar aiddir: irimiqyaslı uzunmüddətli kompensasiya razılaşmalar (əks satınalma şərti); "məhsul bölgüsü haqqında" razılaşma və "idxalat-inkışaf" razılaşmaları.

Malların əks satın alınması şərti ilə irimiqyaslı uzunmüddətli kompensasiya razılaşmaları (sazişləri). Bu razılaşmalar istehsal

əməkdaşlığı əsasında mal göndərilməsini və bununla yanaşı, istehsal kompleksləri avadanlığın sənaye avadanlığına, texnoloji qurğulara uzunmüddətli borclar və kreditlər verilməsini və bunun müqabilində qarşılıqlı malgöndərmə qaydasında kompensasiyalı ödənilməsini nəzərdə tutur. Həmin ödəniş tikilmiş və işə salınmış müəssisənin hazır məhsulunun, yaxud bu məhsulla bağlı xammal, material və digər malların əks satın alınması yoluyla təmin oluna bilər. İrimiqyash uzunmüddətli kommersiya razılaşmalarını (sazişlərini) kompensasiyalı göndərmələrin səviyyəsindən və miqdarından asılı iki tipə ayırmaq olar:

1. *Kompensasiyalı satınalmalar üzrə öhdəlik göndəriləcək avadanlığın (malın) dəyərindən yüksək olduğunu əks etdirən razılaşmalar.* Bu razılaşmaların xüsusi xarakterik cəhətləri aşağıdakı kimi səciyyələndirilir:

- ən azı qarşılıqlı bağlılığı (əlaqəsi) olan üçün qrup kontraktların bağlanması: avadanlıq göndərilməsi (satışı) və onunla bağlı texniki xidmətlər üzrə kontraktlar; uzunmüddətli sazişlər əsasında son məhsulun göndərilməsi üzrə avadanlıq və texnologiya göndərilməsinin (satışının) maliyyələşdirilməsinə borc verilməsi üçün bank razılaşması (yaxud bir neçə razılaşmalar - sazişlər);

- dövlətlərarası kreditləşmə çərçivəsində hökumət kreditlərinin, habelə ticarət bankı kreditlərinin verilməsi. Maliyyələşdirmə əksərən ya xalis ticarət kreditləri əsasında, ya da dövlət və ticarət kreditlərinin uzlaşdırılmış formasında aparılır (adətən, 6-8 il, təbii qaz üzrə 25 il müddətinə). Çox hallarda maliyyələşdirmə bank konsorsiumlarının yaradılması yolu ilə, yaxud da müvafiq razılaşmaları imzalamaqla həyata keçirilir;

- kompensasiyalı satınalmalar üzrə öhdəliklər göndərilməsi nəzərdə tutulan malların xarakterindən asılı olaraq 20-25 ilə qədər bir müddəti əhatə edir;

- qarşılıqlı malgöndərmələrinə qiymətlər dünya bazarı qiymətləri əsasında qoyulur, həm də müntəzəm olaraq onların (hər il, yaxud hər kvartal) yenidən baxılması nəzərdə tutulur. Dünya bazarı olmadıqda qiymətlər müvafiq bazarda ticarət təcrübəsini əks etdirən qarşılıqlı razılaşdırılmış formul əsasında qoyulur;

- energetika sahəsində kompensasiya sazişləri adətən bir sıra qarşılıqlı, fəqət hüquqi cəhətdən müstəqil olan razılaşmalara (sazişlərə) əsaslanır;

- avadanlıq göndərmələri və qarşılıqlı malgöndərmələr arasında əlaqələr əsas bank sazişində (yaxud protokolunda) müəyyənləşdirilir. Bu sazişdə (protkolda) həm də kompensasiya sazişinə hansı avadanlığın və xidmətlərin daxil ediləcəyi göstərilir;

- kompensasiyalı razılaşmaların avadanlıq idxalatçısı olan son məhsulu göndərən ixracatçıya öz tərəfindən ödəniş şərtləri də daxil edə bilər.

2. Kompensasiyalı satınalmalar üzrə öhdəliklər göndərilən avadanlığın dəyərinə bərabər və yaxud dəyərindən aşağı olduğunu əks etdirən razılaşmalar (sazişlər). Sənaye sahələrindən asılı olaraq bu razılaşmaların spesifik xüsusiyyətləri vardır. Məsələn, hasilat sənayesində, meşə və sellüloz-kağız, qara və əlvan metallurgiya, ximikatlər istehsalı kimi aralıq məhsul buraxan sahələrdə kompensasiyalı razılaşmalarının (sazişlərin) aşağıdakı xüsusiyyətlərini fərqləndirmək olar:

- kreditin çox hissəsi müəssisələrin kompleks avadanlığının satın alınmasına, müvafiq texniki xidmətlərin göndərilməsinə və

infrastruktur obyektlərinin tikilməsinə yönəldilir;

- qarşılıqlı göndərmələrə həm son məhsul, həm də aralıq məhsul daxil edilə bilər. Buna xüsusən kimya sənaye müəssisələrinə aid olan razılaşmalarda (sazişlərdə) daha çox rast gəlinir;

- son məhsulun istifadə edilməsini (mənimsənilməsini) asanlaşdırmaq məqsədilə kompensasiyalı satınalmalar üzrə öhdəliyin üçüncü tərəfə ötürülməsinə ixtiyar verilir. Bunun üçün alqı-satqı kontraktına öncədən və hökmən müvafiq şərtlər əlavə edilməlidir;

- texnoloji prosesin daha yüksək dərəcəsində əldə olunan məhsulun qiymətləri, adətən, hesablamının müəkkəb bir düsturundan istifadə etməklə müəyyənləşdirilir. Sahəvi sənaye mənsubiyyətindən və məhsulun növündən asılı olaraq qiymətlər rəqabət edən yerli firmaların müəyyənləşdirdikləri qiymətlərin, bəzi hallarda isə malgöndərən müəssisənin istehsal xərcləri əsasında hesablanıla bilər;

- qismən (natamam) kompensasiyanı nəzərdə tutan razılaşmalar (sazişlər) daha üstün əhəmiyyət kəsb edir. Bu, əsasən firma-malgöndərəndən tam kompensasiya şəklində aldığı məhsulun istifadə edilməsində, yaxud satışında baş verə biləcək çətinliklərlə şərtlənir;

- bir çox razılaşmalarda son hazır məhsul əvəzinə aralıq məhsulların və yaxud onlardan quraşdırılmış məhsulun kompensasiya şərtlə göndərilməsi də nəzərdə tutulur.

"Məhsul bölgüsü"nə dair razılaşmalar (sazişlər). Həmin razılaşmalar kompensasiya sazişlərinin ikinci kateqoriyasına aid edilir. Bu kateqoriyalı razılaşmalar istehsal əməkdaşlığı çərçivə-

sində həyata keçirilir. İrimiqyaslı uzunmüddətli kompensasiya sazişlərindən fərqli olaraq, "məhsul bölgüsü"nə aid sazişlər sənaye obyektləri tikintisində dair razılaşmalar əsasında bağlanılır. Bu sazişlər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə həmin ölkələrin təbii resurslarının işlənilməsini nəzərdə tutan sənaye obyektlərinin tikilməsi əməkdaşlığı üzrə razılaşmalar (sazişlər) əsasında onların həmin müəssisələrdə əldə edilən xammalın qarşılıqlı göndərilməsi sazişlərinin daha çox yayılmış forması oldu. Bu tipli sazişlər, üstünlüklə bir tərəfdən inkişaf etməkdə olan ölkələrin dövlət orqanları və təşkilatları, digər tərəfdən isə xarici firmalar, yaxud firmalar birliyi tərəfindən bağlanılır.

Beynəlxalq təcrübədə çox vaxt təbii resursların işlənilməsi üzrə əməkdaşlıq razılaşmalarına rast gəlinir. Bu razılaşmalarda (sazişlərdə) resursları işlətmək üçün texnologiya, texniki yardım və avadanlıq verən tərəfin hüququ aşağıdakılar nəzərə alınmaqla müstəqil razılaşdırılır: a) tikintisi başa çatmaqda və işə salınmağa hazır olan müəssisədə xammal üzrə qarşılıqlı göndərmə sazişinin vaxtını uzatmaq, yaxud da göndərməni dayandırmaq; b) sazişdə qarşılıqlı göndərmələrin həcmələrini və göndərilən məhsulun qiymətlərini müəyyən etmək və dəyişdirmək metodlarını göstərmək. Bunlardan əlavə, sazişdə, adətən, qiymətlərə yenidən baxılması qaydası da razılaşdırılır.

"İdxalat-inkişaf" razılaşmaları. Bu razılaşma istehsalat əməkdaşlığına əsaslanan kompensasiya sazişlərinin üçüncü kateqoriyasıdır. Burada söhbət əsasən emaledici sənaye sahələrinin tikintisi sahəsində, yaxud uzunmüddətli kreditləşmə əsasında həmin müəssisələr üçün avadanlıq komplekti göndərilməsi barədə əməkdaşlıqdan gedir. "İdxalat-inkişaf" (buna "idxalatın inkişafı

üçün layihələr" də deyilir) razılaşmalarının həyata keçirilməsi bunu nəzərdə tutur ki, tikilib işə salınan müəssisələrin məhsulunun qarşılıqlı göndərilməsi komplekt avadanlıq göndərən xarici firmamalgöndərən göstərdiyi texniki xidmətlər və zəruri kreditlər üzrə məsrəfləri özü təmin edəcəkdir.

Beynəlxalq təcrübədə komplekt avadanlıq idxalatı əsasında müəssisənin tikilməsi çox hallarda avadanlıq ixracatçısı üçün məcburi xarakter daşıyan qarşılıqlı malgöndərmələrlə əlaqələndirilir. O, yəni müəssisə məcbur olur ki, həmin tikilib işə salınmış müəssisədən məhsulun əvəzinə idxalatçıya göndərdiyi avadanlığın dəyəri və verilən ödənc hesabını qəbul etsin. Həmin məhsula özünün ehtiyacı olmadıqda işə ixracatçı məcburdur ki, ya özü onun realizasiyası ilə məşğul olsun, ya da müvafiq ticarət vasitəçisinin köməyiylə, yaxud da özünün satış şəbəkəsi vasitəsilə üçüncü bir ölkəyə ötürsün. Məsələn, 80-ci illərdə Yaxın Şərqdə neft-kimya kombinatları tikdirən Yaponiya firmaları həmin müəssisənin buraxdığı məhsulun yarısını sonradan özlərinin xüsusi satış şəbəkəsi vasitəsilə dünya bazarında satmaq məqsədilə onlardan kompensasiya göndərmələri formasında alırlar.

Müasir şəraitdə qarşılıqlı satınalmalar çox hallarda məcburi xarakter aldığı bir halda, qarşılıqlı satınalmalar sazişinə (müqaviləsinə) ixracatçı tərəfindən "başqasına satma", məsələn, qarşılıqlı satınalmalar üzrə öhdəliyi üçüncü tərəfə (əlbəttə, əgər o, buna razıdırsa) verilməsi şərtləri göstərilir. Bu növ "başqasına satma" *tsessiya*¹, qarşılıqlı satınalma öhdəliyini öz üzərinə götürən üçüncü tərəf isə *tsessioner* adlanırlar. İxracatçı öz öhdəliyini qismən, yaxud tamamilə başqasına da verə bilər. Bu halda o,

¹ Rusca "üessio" - tələb edilməni başqasına vermək deməkdir.

tsessioneri özü seçir. Bununla əlaqədar olaraq ixracatçı tsessionerlərlə müqavilə bağlamalıdır. Müqavilədə qeyd edilir: tsessioner öhdəlik qəbul edərkən qarşılıqlı satınalmaya dair sazişlə özünü bağlı hesab edir və müvafiq öhdəlikləri öz üzərinə götürür.

İxracatçılar hər şeydən əvvəl öz məhsullarının satışında maraqlıdırlar. Qarşılıqlı satınalmalarda elə mallar üzrə öhdəlik götürürlər ki, bu hallarda özlərinin ehtiyacı olmur. Onların ya daxili bazarda satışı və yaxud da ticarət-vasitəçiləri vasitəsilə yenidən satışı barədə düşünürlər. Bu, xüsusən kompensasiya razılaşmalarına aiddir.

Qeyd edilməlidir ki, beynəlxalq qarşılıqlı ticarətin artımı və mal axınlarının müntəzəmliyi, düzgünlüyü, habelə milli səviyyədə tənzimləmə əsaslarının gücləndirilməsi beynəlxalq qarşılıqlı əməliyyatların həyata keçirilməsi sahəsində ixtisaslaşmış iri ticarət formalarının yaranmasına və təşəkkülünə gətirib çıxardı. Belə firmaların qarşılıqlı razılaşmalar üzrə dövryyəsi çox böyük səviyyəyə qalxdı. Bu halın ən mühüm səbəblərindən biri həmin firmalar tərəfindən xüsusi kompüterləşdirilmiş bankların yaradılmasıdır. Bu mexanizmdə mühüm rol inkişafda olan ölkələrdə qarşılıqlı ticarəti tənzimləyən müxtəlif təşkilati-hüquqi və ticarət-siyasi şəraitin yaranmasına məxsusdur. Bu sahədə inkişaf etmiş ölkələrdəki hökumət təşkilatlarının, sahibkarlar ittifaqlarının, ixtisaslaşmış tədqiqat və məsləhətçi firmalarının beynəlxalq ticarətin inkişafına müxtəlif formada təsirinin rolu az olmalıdı. Bunu beynəlxalq qarşılıqlı ticarətdə irəliyə doğru dəyişilməsinə təsir göstərən amillərin təhlili daha aydın sübuta yetirir.

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq qarşılıqlı ticarət əlaqələrinin mahiyyəti, onun əhəmiyyəti və xüsusiyyətləri.

2. Beynəlxalq qarşılıqlı sazişlərin (razılaşmaların) növləri, onların iqtisadi xarakteristikası.

3. Kompensasiya razılaşmalarının qarşılıqlı ticarətdə rolu və valyutasız əsaslarda mal mübadiləsinin həyata keçirilməsində onun əhəmiyyəti.

4. İstehsal əməkdaşlığı və kompensasiya sazişləri, onları qarşılıqlı şərtləndirən amillər.

VII FƏSİL. DÜNYA BAZARINDA TİCARƏT-VASİTƏÇİ FƏALİYYƏTİ

§ 1. Ticarət-vasitəçi əməliyyatların mahiyyəti və növləri

Ticarət-vasitəçi əməliyyatı dedikdə, istehsalçı-ixracatçının tapşırığı ilə ondan (istehsalçıdan) asılı olmayan ticarət-vasitəçinin alqı-satqı ilə bağlı yerinə yetirəcəyi əməliyyatlar nəzərdə tutulur. İqtisadi mənada ticarət vasitəçiliyi kifayət qədər geniş anlayışdır. O, xeyli xidmət dairəsini əhatə edir. Məsələn, xarici kontragentin axtarılıb tapılması, razılaşmaların (sazişin) başa çatdırılması üçün hazırlıq, tərəflərin kreditləşdirilməsi və malın ödənilməsinə nəqliyyat-ekspeditor əməliyyatlarının həyata keçirilməsi, nəqləmədə malların sığorta olunması, gömrükhana şərtlərinin yerinə yetirilməsi, malların xarici bazarlara çıxarılması üzrə reklam və sair tədbirlərin görülməsi, texniki xidmətlərin həyata keçirilməsi və başqa bu kimi tədbirlər bu qəbildəndir. Bütün bunlar xüsusi ticarət-vasitəçi firmaların iştirakı ilə həyata keçirilir. Bu firmalara yuxarıda qeyd edildiyi kimi, istehsalçıdan və istehlakçılardan (satış, ixracatçı və sair qız firmaları, habelə sənaye şirkətlərinin firmaları və bu kateqoriyalı digər firmalar aid edilmir) hüquqi və təsərrüfatı cəhətdən asılı olmayan firmalar aiddir. Bunlar, yəni ticarət-vasitəçi firmalar tam müstəqil olurlar və ticarət-vasitəçilik əməliyyatları aparmaq üçün bütün iqtisadi göstəricilərə malikdirlər. Onların məqsədi ya ixracatçıdan satın aldığı malın qiymətilə idxalatçıya satacağı malın qiyməti arasındakı fərqi, yaxud da malları xarici bazara yeritdiyi üçün alacağı mükafat formalarında mənfəət götürməkdir.

Müasir şəraitdə beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin yarısından çoxu ticarət-vasitəçilərin payına düşür. Ticarət vasitəçiliyi ABŞ-ın, İngiltərənin, Skandinav ölkələrinin, Yaponiyanın xarici ticarətində daha geniş istifadə olunur. Məsələn, İsveçdə və İngiltərədə xarici ticarət dövriyyəsinin 50%-ə qədəri onların vasitəsilə həyata keçirilir.

İstehsal-ixracatçı ilə ticarət-vasitəçi arasındakı qarşılıqlı münasibətlərin xarakterindən, habelə ticarət-vasitəçinin yerinə yetirdiyi funksiyalardan asılı olaraq ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının əsas beş növünü qeyd etmək olar. Bunlar aşağıdakılardır:

a) *satışın təşkili üzrə əməliyyatlar*. Buraya, əsasən, kontragentlərin axtarılıb seçilməsi, satıcı-ixracatçı adından onlarla sazişlər bağlanması, malların dəyərini alıcı tərəfindən ödənilməsi barədə zəmanət verilməsi, reklam tədbirləri kompaniyasının keçirilməsi və bazaların tədqiqi;

b) *nəqliyyat-ekspeditor əməliyyatları*. Malların yüklənməsi və göndərilməsi, habelə yüklərin sığortası bu əməliyyatlara aiddir;

v) *ticarət əməliyyatlarının maliyyələşdirilməsi*;

q) *satışdan sonrakı texniki xidmətlər*;

ğ) *bazar haqqında informasiyaların toplanılması və verilməsi*.

Ticarət-vasitəçi firmaların fəaliyyət sahələrindən biri iri tikinti layihələrinin həyata keçirilməsi üçün beynəlxalq konsorsiumlarda iştirak etməsidir.

Ticarət-vasitəçi qurumunda keyfiyyətli dəyişiklik gedir. Bunlardan ən vacibi ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının çox hissəsinin bir neçə iri ticarət şirkətinin əlində cəmləşməsidir. Bu şirkətlər əməliyyatların bütün kompleksini həyata keçirir. O cümlədən: öz

hesabına alqı-satqı; əməliyyatların maliyyələşdirilməsi; sığortactmə (özünün sığorta şirkətləri olur); nəqletmə (özünün donanması olur); texniki xidmətlər (ehtiyat hissələri anbarı olur); istehsal və emaletmə; xarici əməliyyatlar (xaricdə filialları olur); konkret malların satışına yönəldilən diler¹ firmalarının onların təbəçiliyində olması.

Ticarət-vasitəçi qurumlarından istifadə xarici firmalara müəyyən üstünlüklər verir. Bu da beynəlxalq ticarət təcrübəsində onların mühüm əhəmiyyətini şərtləndirir. Həmin vasitəçilərin üstünlükləri bundadır ki, firma-ixracatçı idxalatçının ərazisində dəxi satış şəbəkəsi yaratmır və bu məqsəd üçün xeyli məsrəflər sərfindən azad olur. Çünki ticarət-vasitəçi firmaların özlərinin həmin məkanda müəyyən maddi-texniki bazası - anbarları, nümayiş etdirmə salonları, təmir sexləri və s. olur. Digər bir üstünlüyü isə ixracatçının malların realizasiyası ilə bağlı bir çox qayğılardan - malların idxalatçı ərazisinə göndərilməsi, çeşidləmə və qablaşdırma, çeşidlər üzrə komplektləşdirmə, yerli bazarların tələblərinə uyuşma və s. işlərdən azad olunmasıdır. Bunlardan başqa, əlavələrin həm qısamüddətli, həm də ortamüddətli kreditləşmə əsasında maliyyələşdirilməsi üçün ticarət-vasitəçinin kapitalından istifadə edilməsi də böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Ticarət-vasitəçi firmalar vasitəsilə satışın müəyyən nöqsan cəhətləri də vardır. Belə ki, ixracatçı satış bazarları ilə bilavasitə əlaqələrdən məhrum olur və bütövlükdə ticarət-vasitəçinin vicdanından, insafından və fəallığından asılı vəziyyətə düşür. Buna görə də o, özü üçün ticarət-vasitəçi firması seçərkən çox götür-qoy

¹ Diler - (ing. diaber - ticarətçi) - qiymətli kağızların, mal və valyutanın alqı-satqı sövdələşmə vasitəçisi, birja fondunun üzvü.

etməli olur.

Alıb-satma əməliyyatları Alıb-satma əməliyyatları ticarət-vasitəçi tərəfindən öz adından və öz hesabına həyata keçirilir.

Bu halda o özü həm ixracatçı-istehsalçıyla, həm də son alıcıyla bağlanan müqavilənin müstəqil tərəfi kimi çıxış edir və satın aldığı malın tam mülkiyyətçisi kimi fəaliyyətdə bulunur. Alıb-satma əməliyyatının iki növü fərqləndirilir. Bunlardan biri ixracatçıyla münasibətdə olan *alıcıdır*. O, alqı-satqı müqaviləsi əsasında ixracatçı-istehsalçıdan mal alır, həmin malın mülkiyyətçisi olur və onu öz bildiyi kimi istənilən bazarda istədiyi qiymətə satır. Bu tipli vasitəçi terminoloji baxımdan müxtəlif ölkələrdə müxtəlif cür adlanır, məsələn, çox hallarda *tacir*¹ (İngiltərədə, ABŞ-da, Azərbaycanda və i.a.), qara metal bazarlarında *stokholder* (İngiltərədə), Nyu-York birjasında qənd satıcısı *operator*, London birjasında kakao satıcısı *diler*, əlvan metal satıcısı *prinsipial* adlanır.

Alıb-satma əməliyyatlarının digər növü isə *alverçi* (buna tacir də deyilir) adlanır. Alverçi deyilən ticarət-vasitəçiyə ixracatçı belə bir hüquq verir ki, o, müqavilə əsasında satın aldığı malı razılaşdırılmış vaxt ərzində müəyyən bir məkanda (ərazidə) satsın. Həmin müqavilə ancaq müəyyən ərazidə malın realizə edilməsi üzrə tərəflərin qarşılıqlı münasibətlərini tənzimləyən ümumi şərtləri müəyyənləşdirir. Müqavilə əsasında tacirlər (alverçilər) və alıcılar arasında alqı-satqı sazişləri ixracatçı ilə tacir (alverçi) arasında bağlanan müqavilənin şərtləri ilə əsaslandırılır. Müqavilə üzrə tacir də müxtəlif ölkələrdə müxtəlif cür adlandırılır. Məsələn, İngiltərə və ABŞ-da onu distribyutor, Almaniyada,

¹ Tacirə ingiliscə merchant deyilir.

Azərbaycanda müqavilə üzrə tacir, Belçika və Yunanıstanda komissioner adlandırılır.

Alıb-satma üzrə əməliyyatın da iki növü vardır: birinci növ əməliyyata ticarət-vasitəçinin ixracatçıya qarşı alıcı sifətilə çıxış etməsi, ikinci növ əməliyyata isə ixracatçının ticarət-vasitəçiyə müəyyən ərazilərdə həmin malların satılması ixtiyarının (hüququnun) verilməsidir.

Komissiyon Komissiyon əməliyyatlarını komitent adlanan **əməliyyatlar** tərəfin tapşırığı ilə komissioner adlanan tərəf komitentın hesabına həyata keçirir. Komitent ilə komissioner arasında qarşılıqlı münasibətlər komissiyon müqaviləsi ilə tənzimlənir. Bu müqavilə əsasında komissioner malları komitendən satın almır, ancaq komitentın hesabına alqı-satqı razılaşmasını (sazişini) başa çatdırır. Bu o deməkdir ki, mallar son alıcıya çatdırılanadək komitent öz malının mülkiyyətçisi kimi qalır.

Xarici alıcıların komissiyon tapşırığı indent adlanır. İdent idxalçının digər ölkənin komissionerinə bir dəfə vasitəçilik etmək üçün tapşırığıdır.

Komissioner son alıcı ilə alqı-satqı müqavilələrini müstəqil olaraq özü bağlayır və satışdan əldə edilən pul məbləğini də özü alır. Komissiyon müqaviləsində qiymətin həddi göstərilir və qeyd edilir ki, bu qiymətin artırılması malın rəqabəttəbliğinin zəifləməsinə səbəb olmamalıdır.

Komission əməliyyatlarının müxtəlifliyi konsiqnasiya əməliyyatı adlanır. Bu əməliyyat konsiqnat adlanan bir tərəfin konsiqnator adlanan digər tərəfə (ölkəyə) malın bilavasitə öz adından konsiqnantın hesabına satılması tapşırığıdır.

Agent Beynəlxalq ticarətdə agent əməliyyatı prinsipial **əməliyyatları** adlanan bir tərəflə ondan (prinsipialdan) asılı olmayan və agent (ticarət agentı) adlanan digər tərəf arasında həyata keçirilir. Agent malı prinsipialın adı ilə və onun hesabına müəyyən edilmiş ərazidə üçüncü tərəfə satır.

Agent əməliyyatlarının hüquqi tənzimi müxtəlif ölkələrdə fərqli olur. Bəzi ölkələrdə, məsələn, İngiltərə-Amerika sistemində agent hüquqi, yaxud fiziki şəxs ola bilər.

Agentin alqı-satqı fəaliyyəti tacir, komissioner və komitent əməliyyatlarından fərqlənir. Agent ancaq alqı-satqı sazişinin sona çatdırılmasına təsir göstərir, kömək edir, özü isə alqı-satqı əməliyyatında nə iştirak edir, nə də öz hesabına mal alır. O, ancaq agent razılaşmasını daşıyacağı məsuliyyət çərçivəsində prinsipialın nümayəndəsi kimi çıxış edir.

Broker Broker alqı-satqı əməliyyatını vasitəçi-broker **əməliyyatları** vasitəsilə satıcı və alıcı, habelə sığorta edən və sığorta olunan arasında əlaqə (kontakt) yaradılmasına deyilir. Agentdən fərqli olaraq, broker heç bir tərəfin nümayəndəsi sayılmır və onların heç birinin müqavilə münasibətlərində iştirak etmir. O, ancaq müxtəlif tapşırıqlar əsasında fəaliyyət göstərir.

Broker malın kəmiyyəti, keyfiyyəti və qiyməti barədə öz müştərisinin tapşırığını yerinə yetirir və bununla bağlı öz xidmətinə görə mزد alır. Broker ingiliscə *brokeric*, fransızca *kurtaj*, almanca *provision* adlanır. Mal əməliyyatları üzrə mızdun miqdarı 0,20%-dən 2-3%-dək olur. Broker öz müştərisinin icazəsi olmadan eyni vaxtda digərindən tapşırıq götürməməlidir.

§ 2. Tijarət-vasitəçi ilə bağlanmış müqavilənin əsas şərtləri

Ticarət-vasitəçilə bağlanmış müqavilədə əks etdiriləcək hüquq və vəzifələr aşağıdakılardır:

1. Malın satışı üzrə hüquqları müəyyənləşdirən müqavilə tərəfləri. Burada tərəflərin (firmaların, müəssisələrin və s.) adı və onların şerti işarələri, məsələn, "satıcı", "alıcı" və s. göstərilir. Adətən, müqavilədə bu işarələr bir tərəfi "sahibkar", "istehsalçı", "ixracatçı", digər tərəfə isə "tacir", "ticarətçi", "distribyutor" kimi də adlandırıla bilər.

2. Tərəflər arasında qarşılıqlı münasibətlərin xarakteri. Müqaviləyə əsasən, ayrı-ayrı kontraktlara uyğun olaraq ixracatçının malgöndərmə, alıcı-vasitəçinin isə onları qəbul edib, yaxud birbaşa üçüncü şəxsə satmaq vəzifələri müəyyənləşdirilir. Həmin müqaviləyə əsasən alıcı-vasitəçi ixracatçının marağını qorumalıdır.

3. Malın müəyyənləşdirilməsi. Bir qayda olaraq mallar spesifikə üzrə müəyyənləşdirilir və həmin spesifikə müqaviləyə əlavə edilir.

4. Ərazinin müəyyənləşdirilməsi. Müqavilədə malın hansı dövlətin ərazisində satılacağı qeyd edilir və bu ərazi *müqavilə ərazisi* adlanır. Satıcı-vasitəçi üçüncü bir ərazidə onu sata bilməz.

5. Qiymət şərtləri və mükafatlandırma (muzdun ödənilməsi) qaydası. Alıcı-vasitəçi malı ixracatçının təyin etdiyi qiymətə alır və bu, yəni həmin qiymət alqı-satqı kontraktında təsbit edilir. Muzd isə alıcı-vasitəçinin satdığı malın məbləğindən faizlə müəyyən edilir. Bu hal da müqavilədə hökmən göstərilməlidir.

6. Müqavilənin fəaliyyət müddəti. Alıcı-vasitəçilə müqavilə

müəyyən və qeyri-müəyyən bir müddətə bağlanılır. Hər iki halda onların, yəni tərəflərin uzunmüddətli münasibətləri nəzərə alınır.

7. Malın realizə edilməsilə bağlı alıcı-vasitəçinin vəzifələri. Bu vəzifələr əsasən aşağıdakılardır:

- *qeyri-rəqabət haqqında qeyd.* İxracatçı öz malının satışında marağı olduğu üçün malın satılması nəzərdə tutulan ərazidə onun satıcısı (vasitəçisi) ixracatçının rəqabətdə olduğu heç bir firmaya xidmət göstərməyəcəyi barədə müqavilədə xüsusi qeyd edir;

- minimal dövryyə haqqında qeydlər;
- texniki xidmətin təşkili;
- reklam işlərinin həyata keçirilməsi;
- informasiyaların təqdim edilməsi.

8. Sahibkarın bəzi xüsusi vəzifələri. Müqavilə şərtlərinə əsasən o, öz üzərinə müəyyən vəzifələr götürür. O cümlədən, alıcı-vasitəçinin sərəncamına dəqiq texniki sənədlər verir və malın (avadanlığın) satışı prosesinde baş verə biləcək bütün texniki məsələlərin həllində ona köməklik göstərir; ehtiyat hissələri üzrə zəruri mal ehtiyatları yaratmaqda ona imtiyazlar verir; alıcı-vasitəçini həvəsləndirmək (maraqlandırmaq) məqsədilə kreditlər, texniki xidmətlər və reklam, sərgilər keçirmək xərcləri üçün qismən, yaxud tam kompensasiya verir və i.a.

9. Alıcı-vasitəçi fəaliyyətinin üzərində nəzarət. Müqavilənin bu bölməsində alıcı-vasitəçinin fəaliyyətinə nəzarət üsulları və yolları müəyyənləşdirilir. Bu məqsəd üçün vaxtaşırı alıcı-vasitəçinin ölkəsinə sahibkarın (ixracatçı-istehsalçının) xüsusi nümayəndələri göndərilir ki, onlar yerindəcə müvafiq tədbirlər görsünlər və müvafiq qərarlar qəbul etsinlər.

10. Malın anbardan buraxılması (satışı). Müqavilə üzrə satıcı-

vasitəçi öz üzərinə götürür ki, müəyyən vaxt ərzində malı anbardan buraxacaq və bu əməliyyatı öz hesabına həyata keçirəcəkdir. Lakin beynəlxalq ticarət təcrübəsində anbardan mal buraxmaq komissiyon əsaslarında olduğu üçün bu haqda müqavilədə xüsusi qeydiyyat aparılmalıdır.

*Konsiqnasiya müqaviləsi.*¹ Konsiqnasiya komisiyon ticarətin növlərindən biridir. Bu müqavilənin tərəflərindən biri konsiqnat-tapşırıq verən firma, digəri isə konsiqnator - mal satışı üzrə saziş tapşırığını yerinə yetirən adlanır. Konsiqnasiya müqaviləsində aşağıdakılar qeyd edilir:

- *malın müəyyənləşdirilməsi* (miqdarı və nomenklaturu);
- *ərazilərin müəyyənləşdirilməsi*;
- *müqavilənin müddəti*;

- *konsiqnasiyaya qoyulan mal üzrə mülkiyyət hüquqları.* Konsiqnator malı satdığı vaxtadək konsiqnat mal üzərində öz mülkiyyətçi hüququnu saxlayır. Çox hallarda bu mülkiyyət hüququ malın satılması prosesi bitdiyi andan pulu konsiqnata ödənilənədək saxlanılır;

- *qiymət şərtləri.* Bu şərtlər müqavilədə göstərilir və konsiqnator malı qiymətindən aşağı sata bilməz;

- *konsiqnatora veriləcək muzdun şərtləri.* Bir qayda olaraq muzdun həcmi satılan malın qiymətindən (məbləğindən) faizlə ödənilir.

Konsiqnatorun vəzifələri:

- *konsiqnasyon anbar üçün bina (otaqlar) hazırlamaq*;
- *malın tam keyfiyyətinin mühafizəsini təmin etmək*;

¹ Konsiqnasiya - xaricə gedən malın, mal sahibi hüququna malik olan ticarət agenti vasitəsilə satılması.

- həmin anbarın saxlanması xərclərini ödəmək;
- anbardakı malları sığorta etmək;
- reklam tədbirlərini həyata keçirmək;
- konsiqnata vaxtlı-vaxtında hesabat vermək.

Konsiqnatın vəzifələri:

- konsiqnasyon anbarına vaxtında mal göndərmək (razılaşdırılmış müqaviləyə əsasən);

- konsiqnasyon anbarının bütün xərclərini ödəmək (malların saxlanması və satışı ilə bağlı bütün xərclər).

11. Malların geri qaytarılması qaydası. Müqavilədə mallar satılmadıqda onların geri qaytarılması və bununla bağlı xərclərin münasibətdə olan hansı tərəfin hesabına ödənilməsi də qeyd olunur. Çox geniş yayılmış malların konsiqnator tərəfindən geri qaytarılması şərti "Franko-sərhəd" və "fob"dur (öz ölkəsinin limanıdır).

Agent müqaviləsi. Müqavilənin tərəflərindən biri *prinsipial* - kimin adından və kimin hesabına ödəniləcək şəxs (firma), digəri isə *ticarət agentidir*. Müqavilədə aşağıdakılar göstərilməlidir:

1. Prinsipial və agent arasında qarşılıqlı münasibətlərin xarakteri. Agent prinsipial ilə müqavilə bağlamaq hüququna malik olan və buna malik olmayan agentlər kimi fərqləndirilir. Sonuncu ancaq prinsipialın nümayəndəsi kimi çıxış edə bilər.

2. Malın müəyyənləşdirilməsi;

3. Ərazinin müəyyənləşdirilməsi;

4. Agentə verilən hüquqlar. O, müqavilənin bağlanılmasında iştirak etmir, vasitəçi rolunu oynayır. Müqavilə bağlanarkən bu, ən mühüm şərtidir.

5. Müqavilənin fəaliyyət müddəti və onun ləğv edilməsi

qaydası. Agentin muzdu aşağıdakı hallarda ödənilə bilər: agentin qəbul etdiyi sifariş prinsiplə qəbul etdikdən sonra; agent vasitəsilə satılacaq mallar realizə olunub dəyəri prinsiplə ödənildikdən sonra; prinsiplənin günahı üzündən malların müəyyən bir hissəsi satılmadıqda agent öz muzdunu tam dolğunluqla ala bilər. Muzdun məbləği ümumi qaydada, başqa sözlə, faizlə verilir. Lakin bu halda satış məbləğindən deyil, satınalma məbləğindən hesablanır. Agent muzdunun ödənilmə tarifi, beynəlxalq ticarətdə çox yayılmış miqdarda - 2%-dən 10%-ə qədər təşkil edir.

6. Agentin mükafatı (muzdu). Müqavilə bağlanarkən bu məsələ mühüm cəhət sayılır. Bununla bağlı müqavilədə müəyyən şərtlər hökmən qeyd edilməlidir. Məsələn, hansı hallarda agentə veriləcək müzd ödənilməlidir: agent vasitəsilə alınan sifariş prinsiplə tərəfindən təsbit edildikdən sonra; mal göndərildikdən sonra; malın dəyər məbləği prinsiplə tərəfindən qəbul edildikdən sonra. Hətta prinsiplənin təqsiri üzündən sənəd yerinə yetirilmədikdə belə agentin öz muzdunu almaq hüququ vardır. Agentin muzdu satılan malın məbləğindən sənəddə öncədən razılaşdırılması faiz nisbətində hesablanır. Beynəlxalq təcrübədə bu göstərici 2%-dən 10%-dək təşkil edir. Bu, sənədin fəaliyyəti dövründə ümumiqtisad konyunkturun, malların çeşid strukturunun dəyişməsindən, satış üçün yeni tipli malların təklif edilməsindən, yeni, daha iri sifarişlərin alınmasından və s. asılıdır.

7. Agentin vəzifələri. Müqavilə üzrə agent öz üzərinə geniş sahəli vəzifələr götürür. Bu vəzifələr agent sənədlərinə xüsusi qeyd-şərtlər əlavə edilməsilə təsbit olunur. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

a) *rəqabətsizlik barədə qeyd-şərt*. Sazişin fəaliyyətdə olduğu dövr ərzində agentin rəqabət aparmaq hüququ olmur. Habelə o, konsiqnatın rəqabətdə olduğu firmaya da nümayəndəlik edə bilməz;

b) *minimal dövriyyə barədə qeyd-şərt*. Bu qeyd-şərt onu göstərir ki, agent alqı-satqı müqaviləsində razılaşıdırılmış məbləğdən az satış dövriyyəsi götürə bilməz. Əgər bu kvota razılaşıdırılmış dövriyyə məbləğindən artıq, yaxud əskik olarsa, nəticədə məsuliyyət agentin üzərinə düşür;

v) *delkreder¹ qeyd-şərti*. Komission müqavilədə olduğu kimi, burada da həmin qeyd-şərt sazişə daxil edilərkən agent öhdəlik götürərək, prinsipialı əmin edir ki, onun vasitəsilə satılan malın alıcısı həmin malın qiymətinin ödənilməməsi nəticəsində baş verə biləcək zərəri öz üzərinə götürəcəyinə zəmanət verir. Həmin agent delkrederi öz üzərinə götürdüyü üçün ona əlavə mizd verilir;

q) *reklamın həyata keçirilməsi qeyd-şərti*. Prinsipialın təlimatı əsasında reklamın həyata keçirilməsi adətən agentə həvalə olunur. Bu məqsədlə prinsipial, bir qayda olaraq, agentə pulsuz nümunələr, cizgilər, kataloqlar və s. reklam malları göndərir. Bunlar prinsipialın mülkiyyəti kimi qalır və reklam işləri yerinə yetirildikdən sonra sahibinə qaytarılır. Öz növbəsində, agent reklamın məzmununu, onun tərtib formasını və qaydasını prinsipial ilə razılaşıdırır;

ğ) *satışdan sonrakı xidmətlərin həyata keçirilməsi qeyd-şərti*. Sazişdə bu şərtə əsasən göstəriləcək xidmətin ölçüləri və mizd haqqı göstərilir, yerinə yetirilməsi isə agentə həvalə edilir;

d) *prinsipiala informasiyalar və hesabat verilməsi*. Bu qeyd-

¹ Komission müqaviləni tamamlayan (ona əlavə edilən) saziş.

şərtə əsasən agent öz fəaliyyəti barədə prinsipiəla vaxtaşırı informasiya və hesabat təqdim etməlidir. İnförmasiyaların və uçotun vaxtaşırı yerinə yetirilməsi və prinsipiəla təqdim müddəti sazişin konkret şərtlərilə müəyyən edilir. Agent öz fəaliyyəti haqqında aşağıdakı införmasiyaları verir: bazarın konyunkturunun vəziyyəti; valyuta və gömrük qaydaları; öz ölkəsində idxalatın tənziimi qaydaları; satılmış avadanlıqda (malda) aşkar edilən qüsurlar; öz bazarında rəqiblərin fəaliyyəti, onların qiymətləri, malların texniki məlumatları və s.

8. Prinsipiəlin vəzifələri. Prinsipiəl tərəfindən agentə pullu, yaxud pulsuz olaraq onun fəaliyyəti üçün zəruri sayılan materialların (mal nümunələri, cizgilərin, kataloqların, reklam materiallarının və s.) verilməsi. O, eyni zamanda agentə ixtiyar verir ki, onun adından müqavilə bağladıqda qoyulan qiymətə nəzarət edə bilsin. Bu nəzarət xüsusən ona görə lazımdır ki, valyuta kursu, gömrük tarifləri və s. gözlənilmədən dəyişilə bilər.

§ 3. Ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının təşkilati formaları

Yerinə yetirdikləri əməliyyatlara görə ticarət-vasitəçi firmaların aşağıdakı təşkilati formaları vardır: ticarət, komission, agent, broker, fektor.

Ticarət firmaları. Bu növ firmalar ticarət və alış-veriş əməliyyatlarını öz adından və öz hesabına həyata keçirirlər. Ticarət firmaları aşağıdakı tiplərə ayrılır:

a) *ticarət evləri*. Öz ölkəsindəki istehsal müəssisələrinin məhsulunu alır və xaricə satır. Onlar həm də xaricdən mallar alıb, yerli topdansatışçılara, pərakəndə satış müəssisələrinə, habelə

xammal kimi sənaye istehsalçılarına satırlar. Ticarət evləri qarışıq və ixtisaslaşmış olurlar;

b) ixracat firması. Bu, daxili bazardan öz hesabına hazır məhsul (mal) alır və xaricə satır. Ayrı-ayrı hallarda onlar komission tapşırıqları da yerinə yetirirlər. Yerinə yetirdikləri funksiyaların xarakterinə və malların nomenklaturuna görə ixracat firmaları ixtisaslaşmış, universal və kənd təsərrüfatı məhsullarını tədarük edən firmalara ayrılırlar.

v) idxalatçı firma. Öz hesabına xaricdən mallar alır və onları öz ölkəsində sənayeçilərə, topdansatışçılara və pərakəndə satış müəssisələrinə satır. Sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə idxalatçı firmaların çoxu eyni tipli xammal və ərzaq mallarının alqı-satqısı üzrə ixtisaslaşırlar. Bu firmalar təkcə idxalatla deyil, eyni zamanda daxili bazarın tələbinə uyğun qəhvə, çay, tütün, parça məmulatlarının xammalı və s. üzrə çeşidlənməsi və qablaşdırılması ilə də məşğul olurlar. Maşın və avadanlıq ticarətində bu firmaların əhəmiyyəti getdikcə artır.

q) topdansatış firmaları. Bu firmalar sənaye müəssisələri, yaxud da tədarükçü firmalarla pərakəndə satış firmaları arasında vasitəçi kimi çıxış edirlər;

ğ) pərakəndə satış firmaları. Onlar çox vaxt özləri topdansatışın xidmətindən istifadə etməyərək idxalat və ixracat üzrə ticarət əməliyyatları keçirirlər. Əksər hallarda isə topdansatış firmalarından mallar alıb pərakəndə satış qaydasıyla öz ölkəsinin əhalisinə satırlar.

Komission firmalar. Komission firmalar komitentlərin birdəfəlik tapşırığını yerinə yetirir, öz adından fəaliyyətdə bulunur, lakin bütün ticarət və alış-veriş işlərini komitentnin hesabına görür.

Komitentlə qarşılıqlı münasibətdə yerinə yetirəcəyi ticarət əməliyyatlarının xarakterindən asılı olaraq firmalar iki müxtəlif qrupa ayrılır: ixracatçı və idxalatçı firmalar.

Komission ixracatçı firmalar. Bu tipli firmalar həm satıcının, həm də alıcının nümayəndəsi kimi çıxış edə bilirlər.

Satıcının nümayəndəsi kimi onlar öz ölkəsinin istehsalçı-ixracatçısının mallarının (məhsulunun) xarici bazarda satışı üzrə tapşırığını yerinə yetirir və ondan komisiyon muzzdu alır. Bu halda firma, adətən, malın alıcıya vaxtında göndərilməsi, nəql edilməsi, maliyyələşdirilməsi, sazişin rəsmiyyətəşdirilməsi, alıcı ölkəsində hər cür irili-xırdalı rəsmiyyətçiliyin məsuliyətini öz üzərinə götürür, hətta bezi hallarda texniki və təminat xidmətlərini də həyata keçirir. Komitentnin göstərişilə o, yəni komisiyon ixracatçı firması öz ölkəsində, yaxud münasibətdə olduğu xarici ölkədə malın saxlanılmasını (ehtiyat formasında) da həyata keçirə bilər.

Alıcının nümayəndəsi kim isə o, öz ölkəsinin bazarından mal satın alınması üzrə xarici alıcının tapşırığını yerinə yetirir. Bu halda komisiyon ixracatçı firma xarici idxalatçıların sifarişlərini öz ölkəsinin istehsalçıları arasında yerləşdirir (onların arasında yayır). Alıcı nümayəndəsinin vəzifələrinə eyni zamanda malın yüklənilib nəql edilməsi və sığortalanması işlərinin həyata keçirilməsi də aiddir. Alıcı nümayəndəsinə alıcı adından kontraktların imzalanması və hesablaşmaların həyata keçirilməsi də həvalə edilir.

Komission ixracatçı firmaları, yəni alıcı nümayəndələri sırasından ən mühümlüsü konfirmasiya¹ evləridir. Onların xarakterik cəhəti bundadır ki, kredit üzrə riski öz üzərinə götü-

¹ Konfirmasiya (latın confirmatio) - təsdiqetmə deməkdir.

rürlər. Həmin kreditləri onlar istehsalçı-ixracatçı adından alıb alıcıya verirlər. Bundan əlavə, konfirmasiya evləri göndəriləcək malın tam dəyərini və ixracat krediti üzrə bütün məbləğin hamısının riskini öz üzərinə götürür və alıcıya verəndə onun kredit qabiliyyətliliyi aqında heç bir dəlil-sübut tələb etmir. Hərçənd, bilavasitə onun maliyyə vəziyyətinin möhkəmliyini öncədən bilir və ona inanır. Konfirmasiya evləri həmçinin kirələməni, sığortaetməni təmin edir və idxalatçı tələb etdikdə ixracatçı göndərdiyi malı nağd ödəməklə onu kreditləşdirir.

Komission idxalatçı firmalar. Bu növ firmalar öz ölkəsinin alıcılarının nümayəndəsi kimi çıxış edirlər. Onlar öz adından, lakin vətən komitentlərinin hesabına həmin alıcıların sifarişlərini xarici ölkələrin istehsalçıları üzrə yerləşdirməklə yanaşı, öz komitentlərinə müxtəlif xidmətlər, o cümlədən bazar konyunkturu icmalının tərtibi, malların yüklənilib göndərilməsinə göz qoymaq kimi xidmətlər göstərir.

Agent firmaları. Bu növ firmalar prinsipialın adından və onun hesabına fəaliyyət göstərir. Müqavilənin şərtindən asılı olaraq bu firmaların ya özü prinsipialın adından və onun hesabına saziş bağlayır, yaxud da sazişin bağlanmasına vasitəçilik edir. Agent firmalar aşağıdakı formalarda fəaliyyət göstəriirlər.

İxracatçı firma-agenti. Bu firma-agent öz ölkəsinin bir və bir neçə firmasının tapşırığı ilə öncədən bağlanmış müqavilələr əsasında iş görürlər. İxracatçı agent-firma sənaye firmalarından mal nümunələri kolleksiyasını,¹ kataloqlar, preyskurantlar götürür və bunların vasitəsilə alıcılar axtarır. Nəqliyyat xərcləri sənaye

¹ Kolleksiya (latın collectio) -clmi, bədii və tarixi əhəmiyyətli şeylərin müəyyən sistem üzrə düzülüş toplusu.

firması tərəfindən ödənilir.

İdxalatçı firma-agenti. Buna agent-rezident də deyilir. Agent-rezident prinsipialın ölkəsində olur. İdxalatçı-firma idxalat əməliyyatlarını yerinə yetirir.

Xarici satış agenti. Bu isə digər ölkənin şirkəti tərəfindən hüquq verilən, onun adından və onun hesabına müəyyən xarici ölkənin ərazisində fəaliyyət göstərən firmadır. Adətən, xarici satış agenti prinsipialın malını bazarda satmaq və maşın və avadanlıq üzrə texniki xidmətlər göstərmək işini həyata keçirmək üçün öz üzərinə geniş öhdəliklər (vəzifələr) götürür.

Xarici tədarükçü firma-agent. Bu firma xaricdə öz prinsipialı üçün tədarük (satınalma) üzrə əməliyyatlar yerinə yetirir. Onun xidmətindən, adətən, xaricdə öz filialı olmayan və ora nümayəndələrini göndərmək istəməyən idxalatçılar istifadə edirlər.

Broker firmaları. Bu, vasitəçi firmaların xüsusi növüdür. Onun vəzifəsi kontragentləri görüşdürməkdən ibarətdir. Bir sıra ölkələrin qanunlarına görə, brokerlərin özləri onlara tapşırılan malların satıcısı və alıcısı kimi çıxış edə bilməzlər. Ancaq vasitəçi funksiyasını yerinə yetirirlər. Brokerlər firması İngiltərədə daha geniş yayılmışdır. Onların xeyli maliyyə vəsaitinə malik olan iri şirkətləri vardır. Hətta bu şirkətlərin xarici qız cəmiyyətləri və şöbələri olur.

Fektorlar. Fektorlar ixracatçılar adından bir çox vasitəçi vəzifələrini yerinə yetirirlər. Onlar nəinki öz prinsipialının məhsulunun ixracatını həyata keçirir, eyni zamanda ixracat əməliyyatlarını da maliyyələşdirir (istehsalçıya avans və alıcılara kredit verir), ixracat kreditlərini sığortaladır, satış ölkəsində

ödənişləri inkasso edir, xarici ölkə agentlərinin seçilməsinə yardım göstərir və i.a. Onların satış ölkələrində yerləşən çoxsaylı kontorları təyinat limanlarında malın qəbul edilməsi üzrə əməliyyatları öz üzərinə götürürlər.

Adətən, bu növ firma səlahiyyətli ticarət vasitəçilərinin axtarılıb tapılmasına çoxlu vaxt və vəsait sərf edirlər. Bu halda onlar bir qayda olaraq xarici agentlər, iri banklar, ixracat assosiasiyaları barədə informasiyalar verən dövlət orqanlarının və təşkilatlarının xidmətlərindən istifadə edirlər.

§ 4. Ticarət-vasitəçi firmaların fəaliyyət xüsusiyyətləri

Ticarət-vasitəçi qurumda (hələqədə) gədən keyfiyyət irəliləyişlərinin mühüm xüsusiyyəti həmin fəaliyyətin mövcud istiqamətlərinin müəyyən edilməsi dairəsinin genişlənməsi və ümumiyyətlə, bu fəaliyyətin dəyişməsi müxtəlifdir. Fəaliyyətin diversifikasiyası¹ aşağıdakılar üzrə həyata keçirilir:

a) ayrı-ayrı mallar üzrə (malların nomenklaturu üzrə);

b) fəaliyyət növləri üzrə (topdansatış, pərakəndə satış, bağlama göndərmələri ticarəti üzrə);

v) yerinə yetirilən əməliyyatlar üzrə (ixracat, idxalat);

q) xidmətlər üzrə (ehtiyat hissələri təminatı, texniki mallar - maşın, avadanlıq ticarəti və satışdan sonra xidmət göstərmə);

ğ) sazişlərin xarakteri və funksiyaları üzrə.

Xarici fəaliyyət dairəsinin genişlənməsi nəticəsində ayrı-ayrı mallar üzrə dünya bazarlarında hakim mövqə tutan son dərəcə iri

¹ Diversifikasiya -(qədim latın.-diversificatio) dəyişmə, müxtəliflik deməkdir.

firmalar - transmilli ticarət korporasiyaları (TTK) peyda oldu. Bu cür korporasiyalardan gön-dəri xammalı bazarlarında "Çideviq"i (beynəlxalq ticarətin 60%-i), taxıl bazarında "Luis Dreyfus"u, "Kontinental"ı, "Qreyn"i, "Karqill"i, pambıq bazarında "Anderson"u, "Kleyton"u və s. bu kimi nəhəng firmaların fəaliyyətini göstərmək olar. Kənd təsərrüfatı məhsullarının satışında bu növ firmaların rolu daha böyükdür. Ticarət korporasiyaları nəhəng təsərrüfat kompleksləridir. Onların fəaliyyət dairəsinə nəinki təkə alış-veriş işləri, cyni zamanda istehsal fəaliyyəti, habelə məhsulun nəql edilməsi, sazişlorin maliyyələşdirilməsi də aiddir. Bundan əlavə, ticarət korporasiyalarının ixracat üçün tədarük, çeşidləmə, yenidən işləyib hazırlama ilə məşğul olan xarici qız şirkətləri də vardır. Məsələn, taxıl ticarəti ilə məşğul olan transmilli korporasiyaların fəaliyyət dairəsinə götürək. Bunlardan "Luis Dreyfus qrupu" (Ana firmadır, Fransada yerləşir) misal gətirmək olar. O, taxılla yanaşı, yağ, qəhvə, mal-qara, ət və s. realizə edir. 50 gəmidən ibarət donanması var. Parisin "Luis Dreyvus" bankıyla əlaqədardır. ABŞ-da iri filialı var. Birja əməliyyatları da aparılır: "Kontinental Qreyn"in (ABŞ) 63 filialı, özünəməxsus tanker donanması, maliyyə şirkəti var; "Karqill"in (ABŞ) zavodu, 7 quşçuluq kombinatı, ölkələrində 30-dan çox filialları var. Bu cür nəhəng transmilli korporasiyalar digər ölkələrdə də var: Qərbi Avropa ölkələrində, Yaponiyada, Braziliyada və s. Təkə Amerikanın "Sirs Robok" şirkətində 500 min nəfər çalışır. Pərakəndə satış ticarətlə məşğuldur. Digər ölkələrdə də ticarət şəbəkəsi vardır. Onun təkə ABŞ-da 300-dən çox pərakəndə satış mağazası fəaliyyət göstərir. Vahid ticarət markası altında həm Amerikanın istehsalı olan mallar, həm də idxalat malları satılır. Bundan əlavə, onun Kanadada 40 mağ-

zası, Latin Amerikasında və Qərbi Avropada onlarla mağazası var. Onun kənd təsərrüfatı inventarları, məişət elektrik malları, foto və radio aparatları, musiqi alətləri buraxan sənaye istehsalı müəssisələri də çalışır.

Müasir şəraitdə ticarət-vasitəçi firmaları fəaliyyətlərinin mühüm xüsusiyyətlərindən biri də agent firmaların satış bazarlarının bölüşdürülməsi yoluyla onların fəaliyyətini əlaqələndirən sənaye inhisarına və bütün növlərdən olan ticarət-vasitəçilərinin məşin və avadanlıq istehsalçılarna bənd edilməsidir. Bununla əlaqədar olaraq, məsələn, Yaponiyanın ticarət inhisarlarının spesifik xüsusiyyəti bundan ibarətdir ki, onlar özlərinin qüdrəti səviyyəsinə, mal tədavülündə hökmranlıq dərəcəsinə, fəaliyyət xarakterinə görə adi ticarət-vasitəçi firma anlamı çərçivəsindən çox-çox kənara çıxırlar. Məsələn, əməliyyatların miqyasına görə bütün dünya şirkətləri arasında onlara bərabəri yoxdur. Misal üçün, ABŞ-ın öncül ticarət korporasiyası olan "Sirs Robek" in mal dövriyyəsi Yaponiyanın "Misupisi sedzi" aparıcı korporasiyalarının dövriyyəsinə iki dəfə azdır. Yaponiyanın ən iri ticarət inhisarının payına öz ölkəsinin topdansatış dövriyyəsinin 25%-i, ixracat-idxalat dövriyyəsinin yarısından çox hissəsi isə birinci altı şirkətin payına düşür. Xarici investisiyalarda Yaponiyanın ticarət inhisarları liderlik mövqeyindədir. Bunun da başlıca səbəbi maliyyə qruplarında onların vəziyyətinin fərqli xüsusiyyət təşkil etməsindədir.

Maliyyə qruplarına daxil olan ticarət inhisarilə sənaye şirkətləri arasında müəyyən əmək bölgüsü yaranmışdır. Sənaye şirkətləri əsas diqqəti öz istehsalının inkişafına yönəldirlər. Malların realizə edilməsi, xammalla təchizəmə, bazarların öyrənilməsi və bu qəbildən olan sair işləri isə ticarət inhisarları öz üzərlərinə götürür-

lər. Qeyd edilməsi yerinə düşərdi ki, ticarət şirkətləri onların fəaliyyətini maliyyələşdirən xüsusi və dövlət bankları ilə sıx əlaqələri vardır. Bu banklar eyni zamanda onlara müxtəlif xidmətlər də göstərir, o cümlədən:

- xaricdə istehsal müəssisələrinin yaradılmasına kömək göstərirlər;

- hər cür obyektlərin axtarılıb tapılması üçün xarici sifarişlərin yerinə yetirilməsində baş podratçı kimi çıxış edirlər;

- yeni texnikanın axtarılıb tapılmasında xarici firmalar arasında texniki və istehsal əlaqələrinin təşkilində vasitəçilik edirlər;

- xarici xammal mənbələrinin aşkar edilməsində və işlənilməsində kömək göstərirlər.

Yaponiya ticarət inhisarları üçüncü ölkələr arasında ticarət əməliyyatlarını həyata keçirməklə beynəlxalq mal dövriyyəsinə də xidmət göstərirlər. Onların arasındakı ticarət payına şirkətlərin məcmu dövriyyəsinin 12%-i düşür. Cənubi Şərqi Asiya ölkələri üçün isə İngiltərənin öz müstəmləkələrinin məhsullarının satışında oynadığı rolu indi Yaponiya şirkətləri əvəz edirlər. Onların xaricdə qız satış şirkətlərinin sayı 380-dən çoxdur. Təkcə "Misupisi"nin 60-dan çox ölkədə 115 filialı və qız şirkətləri vardır. Yaponiya şirkətləri hətta ABŞ-da "Misun eksport korp" ("Misun"), "Misupisi eksport korp" ("Misupisi") və "Domestik İnterneşnl silz korp" ("Marubeni") kimi ABŞ-ın ixracat-idxalat bankı tərəfindən maliyyələşdirilən qız firmaları yaratmışdır.

Beynəlxalq ticarətin inkişafının müasir mərhələsinin xarakterik xüsusiyyəti franşiza¹ sistemi yoluyla kiçik və orta ticarət vasitəçi

¹ Franşiza - (frans. franchise) - göndərilən malın müqavilədə göstərilən miqdarından kənarlaşma həddi; adətən, faizlə ifadə edilir.

firmalarının iri sənaye firmalarına tabe etdirməsidir. Bu halda uzunmüddətli müqavilələrdə istehsal markalarını saxlamaq şərtinə həmin firmalar tərəfindən malların və xidmətlərin realizə edilməsi üçün xüsusi hüquqlar verilir. Digər mühüm xüsusiyyəti də bundan ibarətdir ki, inkişafda olan ölkələrdəki kiçik və xırda ixracatçı-istehsalçı firmaların ticarət inhisarlarına tabe etdirilməsidir. Məhz həmin firmaların özlərində emaldan keçirilmiş xammalın onların pərakəndə satış müəssisələri vasitəsilə də satın alırlar. Bunlardan əlavə, müasir şəraitdə başqa bir xarakterik cəhət də inkişafda olan ölkələrin dövlət və xüsusi şirkətlərinin beynəlxalq ticarətdə geniş iştirak etmələridir. Bu ölkələrin şirkətləri öz ölkələrində malların, o cümlədən xammalın istehsalını və ixracını tənzimləyir. Satışı stimullaşdırmaq məqsədilə ticarət şirkətləri xarici ölkələrdə şöbələr, satış kontorları, anbarlar yaradır, fəaliyyətlərini isə komission əsaslarda həyata keçirirlər.

Müasir şəraitdə pərakəndə satış ticarətin yeni formaları, o cümlədən supermarketlər vasitəsilə universal ticarət və univermaqlar, posilka ticarəti, səyyar ticarəti, ticarət avtomatları inkişaf etməkdədir. Səksəninci illərdə inkişaf etmiş ölkələrdə pərakəndə satış ticarət-firma strukturu əhəmiyyətli dəyişikliyə düşər oldu. Məsələn, iri transmilli korporasiyalar, kooperativ və digər topdan-pərakəndə satış birlikləri yaranmağa başladı. Korporasiyalar həm topdansatış firmalar, həm də bilavasitə istehsalçılar vasitəsilə satınalma fəaliyyətlərinin mərkəzləşdirilməsini həyata keçirir.

Pərakəndə satış korporasiyaları alıcıların daha çox cəlb edilməsi üçün yeni üsullar axtarır, sorğular keçirir və alıcıların anketləşdirilməsi yoluyla onlarla daim əlaqədə saxlayır, alıcılıq tələbini öyrənir və onun formalaşmasına təsir göstərirlər. Onlar üstəlik olaraq

öz üzərinə müşayiət xidmətləri, o cümlədən malın evlərə gətirilməsi, taradan çıxarılması, quraşdırılması (mebel, soyuducu və s.), onların işə salınması və s. bu kimi xidmətlər göstərir, satışdan sonrakı xidmət və təmir etmə işlərini həyata keçirir. Bu qəbildən olan pərakəndə satış nəhənglərindən ABŞ-dakı yuxarıda göstərilən "Sirs", "Robek"i, "Vul vors"u, "Montqomeri uorld"u, İngiltərədəki "Marks end Spenser"i, "Saynsber"i, Hollandiyadakı "Brum end Dressmen"i, "Si end Ey"i göstərmək olar.

Bu gün kooperativ və digər topdan-pərakəndə satış birlikləri də mühüm əhəmiyyət kəsb edirlər. Onlar bilavasitə istehsalçılardan topdansatış qiymətli iri partiyalarla mallar alır və onların özlərinin standart qiymətli xüsusi mağazaları vasitəsilə son istehlakçılara çatdırır. Belə mağazalar malları işləyib satışa hazırlayan texniki vasitələrlə təchiz edilib, rahat giriş-çıxış yolları və avtodayanacaqları olur. Bunlarda mallar qiymətləri ixtisaslaşmış iri mağazalar və universitetlərdəkindən 10-20% aşağı qiymətə satılır.

Müasir şəraitdə pasıka ticarəti də geniş yayılmışdır. Alıcılar firmanın kataloqu üzrə istədikləri malları seçir, onların dəyəri ödənilmiş sifarişli firmaya göndərir və poçt vasitəsilə malı qəbul edirlər. Pasıka ticarəti iri pərakəndə satış korporasiyaları, həm də ixtisaslaşmış pasıka ticarəti firmaları tərəfindən həyata keçirilir. Bunlardan əlavə, iri pərakəndə satış firmaları və topdansatış birliklərinin geniş, müstəqil, kiçik satıcılar şəbəkəsi də olur. Həmin iri birliklərlə xüsusi kontraktlar bağlamaq əsasında "Françayzinq"¹ adlanan bu növ ticarət şəbəkəsi onların mal nişanəsilə mallar satır və öz

¹ Françayzinq - qoşa biznesdir. İşini möhkəm tutan, biznesini geniş yaymaq üçün özünün daha da inkişaf etdirilməsinin qayğısına qalan, bazarda dəfələrlə sınaqdan çıxmış və problemlənmiş firma.

mağazalarının lövhəsində bunların adından istifadə edirlər. Kiçik ticarətin xidmət etdiyi iri şirkətə satıcı malın dəyərinin 2-10%-ə qədərini verir. Bəzi bu növ ticarətçilər sonralar iri şirkətlərə də çevrilə bilərlər. Məsələn, belə bir iri ticarətçi şirkətlərdən biri olan ABŞ-ın "Makdonalds" firması özünün dövrüyyəsini son dərəcə yüksək həddə çatdıraraq "Françayzinq" əsaslarda İngiltərədə 165 qəlyanaltı və qəhvəxana açmışdı.

Qeyd etmək lazımdır ki, şəxsi istehlak təyinatlı mallar istehsal edən iri sənaye firmaları ixtisaslaşmış müstəqil kiçik və orta ticarətçilərlə razılaşmalar əsasında bu cür müqavilələr bağlanması hallarını da təcrübədən keçirirlər.

Sabit uzunmüddətli əlaqələr şəraitində sənaye şirkətləri ticarət firmalarını maliyyələşdirir, onlara ticarət kreditləri verir, onların yeni ticarət müəssisələri, o cümlədən supermarketlərin tikilməsi işlərində, müasir texniki vasitələrlə və ticarət avadanlıqları ilə təchizatında iştirak edir, reklam və satışın şövqləndirilməsi tədbirləri üzrə məsrəflərin çox hissəsini ödəyirlər.

Başqa bir xüsusiyyət də ondan ibarətdir ki, çox hallarda uzunmüddətli şəxsi istehlak təyinatı olan mallar, o cümlədən soyuducular, paltaryuyan maşınlar, tozsoranlar, tele-radio və s. mallar istehsalçıları aralıq pərakəndə-topdansatış vasitələrdən imtina və öz nümayəndələri vasitəsilə öncədən poçta reklamlarından istifadə edərək, bilavasitə evlərdə kontaktlar yaradırlar. Həm də bu kontaktlar təkcə xarici bazarlarda deyil, eyni zamanda daxili bazarlarda da həyata keçirilir.

Qeyd olunması yerinə düşərdi ki, topdansatış firmaları ərzaq məhsulları, məsələn, konservləşdirilmiş və dondurulmuş məhsullar, tərəvəz, balıq və s. məhsullar bazarında, xüsusən Yaponiya,

ABŞ, Belçika bazarlarında möhkəm mövqələrdə dururlar. Bu məkanlarda onların pərakəndə satış mağazalarına xidmət edən yüksək mexanikləşdirilmiş anbar təsərrüfatları vardır. Həmin mağazalar nağd pulla "Keş end kerri", yəni "ödə və götür!" prinsipi əsasında fəaliyyətdə bulunurlar. İngiltərədə, Fransada, Belçikada, Almaniyada pərakəndə satış müəssisələrinə xidmət göstərən iri topdansatış mərkəzlərinə malik olan ən iri "Makro" korporasiyaları vardır. Bu korporasiyalar malların, anbar ehtiyatlarının, ayrı-ayrı mallar üzrə mal dövriyyəsinin hərəkəti barədə dəqiq və tez informasiya verən kompüterlərdən istifadə etməklə öz fəaliyyətlərini qurur və artırır.

Təkrar üçün suallar

1. Dünya bazarlarında ticarət-vasitəçi əməliyyatları anlayışı, növləri və onların mahiyyəti.
2. Agent müqaviləsinin şərtləri, agentin vəzifələri.
3. Ticarət-vasitəçi ilə razılaşdırılan müqavilənin əsas şərtləri.
4. Yerinə yetirdiyi əməliyyatlara görə ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının təşkilati formaları, onların mahiyyəti.
5. Ticarət-vasitəçi qurumunda firmaların fərqli xüsusiyyətləri.

VIII FƏSİL. BEYNƏLXALQ BİRJALARDA, HƏRRAQLARDA VƏ TORQLARDA TİCARƏT VƏ ALIŞ- VERİŞ ƏMƏLİYYATLARININ TƏŞKİLİ

§1. Beynəlxalq mal birjaları

Mal birjalarının mahiyyəti. Beynəlxalq mal birjası daim fəaliyyətə olan bazarın xüsusi növüdür. Burada keyfiyyətə həmcins (oxşar) və qarşılıqlı əvəz edilən xammal və ərzaq mallarının iri partiyalarda alqı-satqı razılaşmaları (sazişləri) tamamlanıb başa çatdırılır. Bir qayda olaraq, birjanın özündə mal saxlanılmır. Mallar müəyyən standartlara və nümunələrə əsasən alınıb-satılır. Malların alqı-satqı sazişi birtipli birja kontraktları əsasında bağlanılır. Birjada müəyyən mal partiyası (dəsti) deyil, birja tərəfindən müəyyən olunmuş malın markası, çeşidi, tipi, miqdarı əks etdirilmiş birja kontraktları alınıb-satılır. Belə bir sənəd, yəni kontrakt anbar şəhadətnaməsi (vəsiqəsi) - warrant¹ kimi qəbul edilmişdir.

1998-ci ildə beynəlxalq mal birjalrı əməliyyatları üzrə illik mal dövriyyəsi dörd trilyon dollara qədər təşkil etmişdir. Bu növ ticarətin predmeti 70 adda maldan ibarətdir ki, bu da ümumilikdə beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin təqribən 30%-nə bərabərdir.

Beynəlxalq birja dövriyyəsinin böyük bir hissəsi (təqribən 1,5 trilyon dolları) fyuçers sazişlərinin (əməliyyatlarının) payına düşür. Fyuçers sazişi - mal və ya fond birjasında kontraktda göstərilən qiymətlə saziş bağlandıqdan sonra pulu ödənilməklə səhmin, ya-

¹ Varrant - malın təhvil verilməsi təhüdüddü kimi, anbara qəbul edilməsi barədə şəhadətnamədir. Varrant adlı olur. O, banka qoyulsa da, satıla da bilər. Varrant anbara verilir və oradan dəyərində bərabər miqdarda mal götürülür.

xud nağd malın verilməsini nəzərdə tutan saziş növüdür. Fyuçers bazarlarının sayı 150-yə çatmışdır ki, bunun da 70%-ni kənd təsərrüfatı məhsulları, 30%-ni isə sənaye xammalı və yarımfabrikatlar təşkil edir.

Beynəlxalq mal birjaları mal nomenklaturuna görə aşağıdakı növlərə ayrılır: *a) universal birjalar; b) ixtisaslaşmış birjalar; v) dar ixtisaslaşmış birjalar.*

Fəaliyyət dairəsinə, yerinə yetirdiyi funksiyalarına və dünya bazarında roluna görə onlar beynəlxalq və milli birjalar kimi fərqləndirilir. Beynəlxalq birjalar konkret olaraq dünya mal bazarında, milli birjalar isə məmləkətdaxili bazarlarda xidmət göstərirlər.

Beynəlxalq birja əməliyyatlarında müxtəlif ölkələrin işgüzar dairələrinin nümayəndələri iştirak edirlər. Birjalar həyata keçirdiyi əməliyyatlar nəticəsində qazandıqları mənfəətin sərbəst köçürülməsini (bank vasitəsilə barat edilməsini, yəni göndərilməsini) təmin edir. Hətta bəzi ölkələrin birjalarında kotirovka olunmuş qiymətlər fərqi görə mənfəət götürmək məqsədilə arbitraj əməliyyatları adlanan möhtəkirlilik razılaşmaları aparılır. Həmin birjaların beynəlxalq xarakter daşması müvafiq ölkələrin valyutası, ticarət və vergi qaydası ilə səciyyələnir.

Hazırda fəaliyyətdə olan birjalar bunlardır: ABŞ-da Çikaqo və Nyu-York şəhərlərində yerləşən birjalar; İngiltərədə - London fyuçers və opsiyon birjası; London metal birjası; Yaponiyada dünya bazarında tədavi edilən bütün mallarla razılaşmaları başa çatdıran birjalar. Bundan əlavə, beynəlxalq mal birjalarna həm də məhəlli (regional) bazarlara xidmət göstərən birjalar da aid edilir. Bu birjalar, adətən, ixtisaslaşmış olurlar. Belə birjalardan biri Londondakı "Boltik fyuçers iskneyndj"dir. Bu qəbildən birjalar Vanipet, Paris,

Sidney, Sinqapur, Syanqan şəhərlərində də fəaliyyətdədirlər.

Birja sazişlərinin məqsədi. Birjalarda iki əsas növdə sazişlər bağlanılır: *real mallar üzrə sazişlər (Forvard) və müddətli (fyuçers) sazişlər.*

Real mal üzrə sazişlər (Forvard) Bu növ sazişlər onunla tamamlanır ki, faktiki olaraq mal satıcıdan alıcının sərəncamına keçir. Başqa sözlə, real mal üzrə saziş birja anbarlarının hər hansı birində real malın təhvil-təslimilə başa çatır. Bu o deməkdir ki, birjada malı satan satıcı anbarda həmin maldan olduqda və öncədən kontraktla göstərilmiş olsa, sazişi bağlayıb sata bilər.

Real malın satıcısı həmin malı kontraktla müəyyən edilmiş vaxt ərzində birja komitəti tərəfindən təsdiq olunmuş anbarların birinə göndərir. O varrantı da öz bankında saxlayır və malgöndərmə vaxtı gəldikdə onu, yəni varrantı anbarda saxlanılan malın dəyərini və onun sığorta dəyərini ödəmək şərti ilə alıcıya verir. Alıcı varrantı alanda əvəzində satıcıya malın dəyərini göstərən çek təqdim edir.

Müddətli (fyuçers) saziş. Real mal sazişindən fərqli olaraq, tərəflərin real malı göndərmək və yaxud qəbul etmək (kontraktla şərtləndirilmiş müddət ərzində) öhdəliyi deyil, mala olan alqı-satqı hüququnu (saziş vərəqəsinin rəsmi) nəzərdə tutur. Fyuçers sazişi ancaq həmin birja tərəfindən müəyyən edilmiş bir malın (mal qrupunun) standartına uyğun bağlanıla bilər.

Fyuçers kontraktı (sazişi) bağlananda yalnız iki əsas şərt razılaşdırılır: qiymət və mövqe (göndərmə vaxtı). Fyuçers kontraktlarının hamısı real mal üzrə kontraktlardan fərqli olaraq, hökmən və təcili qaydada birjaların nəzdində olan hesablaşma palatasında qeydə alınmalıdır.

Birjada saziş bağlanarkən aşağıdakı məqsədlər əsas tutulur:

1. Real malın alqı-satqısı. Bu saziş malın satıcıdan son alıcıya keçməsi prosesilə tamamlanır. Bu o deməkdir ki, istehsalçılar (istehsal olunan malları satmaq məqsədilə), istehlakçılar (özlərini zəruri mallarla, əsasən, sonradan emal etmək üçün xammalla təmin etmək məqsədilə) və ticarətçilər (son istehlakçılara yenidən satmaq məqsədilə) biri digərinə mal satır və digərləri isə özündən əvvəlkindən satın alırlar.

2. Möhtəkirlük əməliyyatları. Bu əməliyyatlar birja kontraktlarının alqı-satqısından hasil olan mənfəətin əldə edilməsilə bağlıdır. Mənfəət isə kontrakt bağlandığı anda həmin kontraktın müəyyən edilmiş qiymətlə onun (kontraktın) realizə olunduğu andakı qiymət arasındakı fərq kimi göstərilir. Bu fərq tərəflərin hansının xeyrinədirsə, o da həmin fərqə mənimsəyir.

Möhtəkirlük birja oyunlarının ən sadə üsulu qiymətin qaldırılması, yaxud aşağı salınması oyunudur. Bu "oyun"un məğzi ondan ibarətdir ki, birja kontraktlarını alıb sonradan onları yüksək qiymətə satmaq, yaxud da sonradan qiymətin aşağı düşəcəyini hiss edərək, onları dərhal satmaq məqsədi güdməsidir. Bu növ əməliyyatlar hər iki halda - həm real mallar, həm də fyuçers kontraktları üzrə həyata keçirilir. Beynəlxalq təcrübədə müddətli birjalarda qiymətlərin qaldırılması əməliyyatı ilə oynayan möhtəkirlər "öküzlər" (bulls), qiymətlərin aşağı salınması üsulu ilə oynayan möhtəkirlər isə "ayılar" (bears) adlanırlar.

3. Sığorta əməliyyatları. Fyuçers sazişləri adətən real mala saziş bağlanarkən bazar qiymətlərinin dəyişilməsi nəticəsində itkilər baş verəcəyi hallarından sığorta olunması üçün istifadə olunur. Sığorta əməliyyatlarının məğzi bundan ibarətdir ki, birjada, yaxud

ondan kənarda gələcəkdə (qarşıdakı dövrdə) real malı göndərməklə (yəni satarkən) eyni zamanda müddətli birjada əks əməliyyat keçirilir, yəni həmin müddətə və həmin miqdarda mala fyuçers kontraktı satın alınır. Sonradan göndərmək şərtilə real mal alan firma eyni zamanda birjada fyuçers kontraktını satır. Real malın sazişi üzrə malı təhvil verdikdən, yaxud müvafiq surətdə onu qəbul etdikdən sonra fyuçers kontraktlarının satışı, yaxud da pul verib geri alınması həyata keçirilir.

Sığorta əməliyyatları aşağıdakı kimi fərqləndirilir: *satış, satınalma və risk üzrə sığorta əməliyyatları*.

Satış üzrə sığorta. Bu, real malın göndərilməsi anında qiymətlərin aşağı düşməsi riskindən sığorta olunması məqsədilə eyni miqdarda real malı satın alarkən müddətli birjada fyuçers kontraktlarının satışıdır. Bu əməliyyatdan məqsəd artıq kontraktda göstərilən qiymətlə satılmış, lakin hələ alıcıya verilməmiş malın qiymətinin artması nəticəsində baş verə biləcək hər hansı mümkün itkilərdən öncədən yaxa qurtarmaqdan ibarətdir. Məsələn, fərz edək ki, pambıqəyirici zavodu iki aydan sonra göndərmək şərtilə razılaşdırılmış qiymətlə pambıq lifi satışı üzrə kontrakt bağladı. Lakin anbarda malı yerləşdirmə sahəsi çatmadığına görə zavod məcbur olur ki, onu (pambığı) əyirmək, qablaşdırmaq və göndərmək üçün tələb olunan zəruri vaxtı nəzərə almaqla pambıq tədarükünü (satınalmayı) ləngitsin.

Eyni zamanda, satınalma anına yaxın pambığın qiymətinin artmasından ehtiyatlanaraq zavod müddətli birjadan qiymətin artacaq hissəsini öncədən ödəmək üçün bir o qədər miqdarda da fyuçers kontraktları alır. Əgər pambığın qiyməti onu tədarük etmə (satınalma) anınadək, yaxud elə satın aldığı vaxtdan qalxarsa, o, yəni

zavod real mal üzrə sazişi də itirəcək. Fəqət eyni zamanda müddətli birjada o, öz fyuçerslərini nisbətən yüksək qiymətə sataraq, əldə etdiyi mənfəət hesabına real mal sazişi üzrə itirdiklərini ödəyəcəkdir. Və beləliklə, eyni nəticə əldə olunacaq. Əgər pambığın qiyməti tədarükətmə (satınalma) anında aşağı düşərsə, pambıqəyirici zavodu müddətli birjada itkiyə məruz qalacaq, ancaq real mali alarkən o, müvafiq mənfəət də götürəcəkdir.

Risk sığortası. Risk sığortası əməliyyatı bir qayda olaraq uzun müddət üçün nəzərdə tutulur. Belə bir misala nəzər yetirək. Fərz edək ki, neft şirkəti neft kəməri üçün boru satın almaq məqsədilə malın altı ay müddətində göndərilməsini nəzərdə tutan kontrakt imzalayıb. Kontrakt bağlanan vaxt hər bir borunun qiyməti 450 dollar müəyyən edilmişdir. Sifarişi yerinə yetirmək üçün boru-prokat zavoduna üç ay gərəkdir və deməli borunu satın almaq üçün şirkətə kontrakt bağladığı vaxtdan üç aylıq müddət bəs edər. Boru-prokat zavoduna isə istehsal etdiyi borunu uzun müddət özündə saxlamaq əlverişli deyildir. Eyni zamanda, bu hal risklə də bağlıdır, çünki bazarda qiymətlər gözlənilmədən qalxa bilər. Bundan ehtiyat edən şirkət kontrakt bağlanan gün müddətli birjadan istifadə edərək, həmin məbləğdə - 450 dollar həcmində kotirovka olunmuş fyuçers kontraktı alır. İndi fərz edək ki, bazarda bir borunun qiyməti 470 dollara qalxmışdır. Bu isə o deməkdir ki, prokat zavodundan boru 470 dollara alınmalıdır və bu halda hər bir boruda 20 dollar itiriləcək. Lakin o, yəni şirkət borunu 470 dollara alaraq, eyni zamanda öncədən satın aldığı fyuçersləri, yəni qiyməti eyni qədər (20 dollar) artan fyuçersləri bir borunun yeni məzənnəsinə - 470 dollara satır. Və, deməli, fyuçers əməliyyatı sayəsində şirkət özünü sığorta etməklə riski aradan qaldırır, itkiyə yol vermir.

Mal birjalarının təşkilati quruluşu və funksiyaları Təşkilati prinsiplərinə görə mal birjalarının iki tipi vardır: *kütləvi-hüquqi və xüsusi-hüquqi xarakterli birjalar*.

Kütləvi-hüquqi birjalar. Bu birjalar dövlətin nəzarəti altında olur və birjalar haqqında qanun əsasında təşkil edilir. Ayrıca götürülmüş bir məkanda ticarət reyestrinə (siyahısına) salınmış və müəyyən həcmdə mal dövriyyəsi olan hər bir sahibkar bu birjanın üzvü ola bilər. Bu növ birjalar kontinental Avropanın bir sıra ölkələrində, o cümlədən Fransada, Belçikada, Hollandiyada geniş yayılmışdır. Bu tipli birjalarda əməliyyatı başa çatdırmaq üçün birja üzvü olmayan və əldə etdiyi birdəfəlik biletlər əsasında fəaliyyət göstərən şəxslər buraxır.

Xüsusi-hüquqi xarakteri olan birjalar. Bu tipli birjalara taxıl, pambıq, kauçuk, əlvan metal üzrə İngiltərə və Amerika birjalari aiddir. Bunlar məcmu birjaların böyük bir hissəsini təşkil edirlər. Bu birjalara ancaq birja korporasiyasına daxil olan dar məhdudlaşmış dairəyə aid şəxslərə yol açıq olur. Birja korporasiyasının adətən kütləvi hesabati olur və məhdud sayda üzvlərdən ibarətdir. Birjanın nizamnaməsində göstərilir ki, onun əsas kapitalı müəyyən sayda paylara, yaxud birja sertifikatları deyilən sertifikatlara bölünür. Birjanın hər bir üzvü heç olmasa birja otağında saziş bağlamağa hüquq verən belə bir sertifikatın sahibi olmalıdır.

Xüsusi hüquqi birja bir korporasiya kimi öz adından heç bir alqı-satqı sazişi bağlamır. Saziş bağlamaq birja üzvlərinin funksiyasına aiddir. Onlar birja malına saziş bağlamaqla bir növ peşəkar vasitəçi (broker) rolunu oynayırlar. Birja üzvü olmayan şəxslər belə bir sazişi ancaq həmin brokerlər, yəni birja üzvü brokerlər vasitəsilə bağlaya bilərlər.

Vaxtaşırı birja sessiyaları keçirilir. Bu sessiyalarda ancaq birja üzvlərindən və yaxud klerklərdən¹ biri sədrlik edə bilər. Birja üzvləri həmin alqı-satqı sazişlərini həm öz hesabına, həm də muzd almaq şərtilə broker sifətində bağlayırlar.

Mal birjaları əsasən üç məqsəd üçün istifadə olunur: *real malın alqı-satqısı; ehtikarçılıq (alverçilik); sığorta olunma*. Bundan əlavə, onlar köməkçi funksiyalar da yerinə yetirirlər. Məsələn, qiymətlərin kotirovkası, birja mallarına standartların müəyyənləşdirilməsi, birtipli kontraktların hazırlanması, ticarət qaydalarının (adətlərinin) qeydə alınması, arbitraj funksiyalarının yerinə yetirilməsi, hesablama palatası, yaxud ləğvetmə kassası vasitəsilə birja üzvləri arasında haqq-hesab aparılması, informasiya işləri ilə məşğul olunması və i.ə.

Birja əməliyyatları iştirakçıları aşağıdakı subyektlər ola bilər: öz hesabına və öz adından saziş bağlayan ticarət firmaları; sənaye firmaları; tarla (kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal edən) firmalar və elevator sahibləri; məhsulu yenidən işləyib hazırlayan (emal edən) firmalar; broker və dəllallar və s.

ABŞ və İngiltərənin birjalari sistemində birjalar qapalı xarakter daşdığına görə brokerlər daha nüfuzludur. Birjada əməliyyat aparmağa buraxılmayan bütün şəxslər və müəssisələr öz sifarişlərini əsasən onların vasitəsilə başa çatdırırlar.

Birja əməliyyatlarının həyata keçirilməsi texnikası Bu, aşağıdakı kimi seçiyələndirilir. Saziş bağlamaq hüququna malik birja üzvləri (birja brokerləri) öz müştərilərindən birja sazişlərinin həyata keçirilməsi üçün tapşırıq alır-

¹ Klerk - Qərbi Avropanın bəzi ölkələrində kontor (birja kontorunun) xidmətçisi deməkdir.

lar. Sifariş əvəzi bu tapşırıq üç əsas göstəricidən ibarətdir: *a) malın miqdarı; b) göndərmə müddəti; v) malın qiyməti*. Bəzi tapşırıqlarda əlavə olaraq əməliyyatın hansı qiymətə yerinə yetiriləcəyini göstərən qiymət limiti də andırılır, digərlərində isə sazişin hal-hazırda bazarda qüvvədə qalan ən əlverişli qiymətlərlə başa çatdırılması qeyd olunur. Hətta bəzi halda əməliyyatın cüzi məbləğdə zərərlə başa çatdırılmasını nəzərdə tutan tapşırıqlar da olur. Müştərinin birja brokerinə verilən tapşırıqları hansı formada olursa-olsun, bunlara uyğun broker həmin tapşırığın yerinə yetirilməsini, müştəri isə ona muzzd olaraq onun haqqının ödənilməsini öhdəçilik kimi öz üzərinə götürür. Son nəticədə tapşırıq saziş formasında rəsmiləşdirilir.

Əldə edilmiş razılaşmalara əsasən, müştəri öz kontorundan broker firmasına tapşırıq verir ki, ona müəyyən bir partiya (dəst) mal alsın. Tapşırıq broker kontorunda qeydə alınır və dərhal şəxsi telefon vasitəsilə broker firmasının telefon klerkinə ötürülür. O isə öz növbəsində həmin tapşırığı birja "dairəsi"ndəki broker firmasının nümayəndəsinə ötürür. Broker tapşırığı qəbul edəndə dərhal tələb olunan malı satın alır və onun qiymətini, kontraktların miqdarını, sazişin yerinə yetirilməsi vaxtını, broker-kontragentin - "dairə" üzvünün soyunu qeydə alır. Birja ticarəti zamanı brokerin şifahi bildirişi hər iki tərəfin imzaladığı formal, yəni qeyri-rəsmi kontrakt qüvvəsini alır. Belə ki, birja mallarıyla ticarətdə malgöndərmə vaxtı baxımından demək olur ki, heç vaxt alqı-satqı anı ilə üst-üstə düşmür. Buna görə də sabahı gündən gec olmayaraq brokerlər (birja üzvləri) yazılı kontraktları qarşılıqlı mübadilə edirlər.

Rəsmi sazişlər bağlandıqdan sonra birja əməkdaşları qiymət, miqdar və sazişin müddəti barədə xüsusi qeydiyyat aparırlar. Bu

məlumatlar sonra ümumi nəzəri-diqqət üçün birjanın teleqraf aparatları sistemi vasitəsilə ötürülür, ya lövhədə, ya da siferblatda əks etdirilir və beləliklə, həmin məlumatlar nəinki təkcə salondakı birja üzvlərinə, eyni zamanda birja ilə rabitədə qalan ayrı-ayrı məntəqələrdə əyan olur. Bütün bunlar bir neçə saniyə ərzində yerinə yetirilir.

Saziş barədə bildiriş alınanaqədər telefon klerki öz kontorunu məlumatlandırır, o da, yəni kontor öz növbəsində müştərini xəbərdar edir. Müştərinin telefon vasitəsilə verdiyi tapşırıqdan tutmuş, onun əmrinin yerinə yetirilməsi barədə aldığı bildirişəqədər bütün əməliyyatlar adətən bir neçə dəqiqə çəkir. Yerinə yetirilmiş tapşırığın təsdiqi olaraq broker firması öz müştərisinə yazılı bildiriş göndərir. Əgər müştəri satın aldığı malı yenidən satmaq istəyirsə, o, yenidən broker firmasına tapşırıq verir. Bu tapşırıq da eyni mərhələləri keçməli olacaq. Nəticədə, müştəri broker firmasının ona göndərdiyi "alqı və satqı qeydi" adlanan bildirişə uyğun surətdə qiymət fərqi-ni ödəyir. Əgər müştəri bu halda zərərə düşər olarsa, broker tərəfindən müvafiq məbləğ təminatdan (girovdan) tutulur. Bunun üçün broker təminatdan saziş məbləğinin bir neçə promili¹ qədər mizd da alır.

Göründüyü kimi, birja əməliyyatlarının keçirilməsi texnikası birja ticarətində müxtəlif rayonlarda (məkanlarda) olan şəxslərin iştirakına imkan verir, birja iclasının iştirakçılarna isə digər birjalarn kotirovkalarının, bütün ölkələrdə məhsul növlərinin, ticarət-siyasi şəraitin dəyişməsinin və həmin birjada malların qiymətlərinə təsir göstərə biləcək bir çox digər amllərin nəzərə alınmasına

¹ Promille - bir ədədin mində biri

imkan verir.

Birja ticarətinin inkişaf meylləri XX əsrin son çərəkində beynəlxalq birja ticarəti bir çox istiqamətlərdə ciddi dəyişikliklər keçirdi və yeni keyfiyyətli nəticələr əldə etdi.

Müasir şəraitdə bu, hər şeydən öncə mal dövriyyəsinin artımı ilə xarakterizə edilir. Bu gün beynəlxalq birja ticarətinin dinamikasını və strukturunu şərtləndirən amillər aşağıdakılarla seçiyə bilərik:

- elmi-texniki tərəqqinin inkişafı;
- konkret dünya mal bazarlarında tələb və təklif nisbətinin dinamikliyi;
- əvəzedici mallar tətbiqinin daim artması və getdikcə yeni birja mallarının meydana gəlməsi;
- bazarların inhisarlaşmasında və real mallarla ticarətin həyata keçirilməsi formalarında irəliləyişlər;
- qalay, taxıl, qənd, qəhvə, zeytun yağı və bu qəbildən olan sair mallar üzrə ölkələrarası mal razılaşmaları təcrübəsinin genişlənməsi;
- Avropa Birliyinin vahid kənd təsərrüfatı siyasətinə uyğun olaraq ərzaq və xammal bazarlarının tənziminin genişlənməsi, bunun daha geniş mal dairələrinə aid edilməsi;
- birja əməliyyatlarının həyata keçirilməsində, birja kontraktlarının rəsmiyyətə gətirilməsində, birja sazişləri üzrə hesablaşmalar da, qiymətlərin kotirovkasında, informasiyaların toplanması və işlənilməsində kompüter texnikasından daha geniş istifadə olunması.

Qeyd edilməlidir ki, göstərilən bu amillər beynəlxalq mal birjalарının inkişafına və həmin birjalarda aparılan alış-veriş əməliyyatlarına həm müsbət, həm də neqativ təsir göstərə bilər. Buna görə də onları kompleks şəkildə dəyərləndirmək lazımdır. Məsələn,

beynəlxalq birja ticarətinin inkişafında real mal sazişləri ilə fyuçers sazişləri arasındakı nisbətə dəyişməsi çox mühüm amil kimi dəyərləndirilir. Fyuçers əməliyyatlarının həcmi ciddi surətdə artır. Bir sıra mallar üzrə fyuçers sazişlərinin artımı onların dünya istehsalının əhəmiyyətli dərəcədə ötüb keçmişdi. Bu artım paxlalı bitkilər üzrə 20 dəfə, kakao-paxlalı 10 dəfə, natural kauçuk 5 dəfə, qarğıdalı 3 dəfədən çox, qənd və qəhvə üzrə 2,5 dəfə olmuşdur. Beynəlxalq birja dövriyyəsində fyuçers sazişlərinin artması aşağıdakı səbəblərlə şərtlənir: dünya bazarlarında birja mallarının tələb və təklifinin uzun müddətə tarazlaşmasının son dərəcə güclənməsi; həmin bazarlarda qiymətlərin qeyri-sabitliyi və hətta qısamüddətli perspektivə qiymət dinamikasını öncədən bilməyin qeyri-mümkünlüyü. Məhz bu vəziyyətdən də alıcı və satıcı real mal üzrə sazişlər bağlayarkən qiymətlərin ciddi dəyişilə biləcəyi mümkünlüyündən ehtiyatlanaraq, öncədən özlərini sığortalayırlar, başqa sözlə, sığorta sazişindən istifadə edirlər. Nəticə etibarilə, sığorta sazişləri xeyli artaraq birja əməliyyatlarının mühüm bir növünə çevrilmişdi.

Beynəlxalq birja ticarətində real mal sazişinin azalmasına təsir göstərən mühüm cəhətlərdən biri əsas ölkələr - produsentlərdə¹ kakao-paxla və qəhvə kimi malların tədarüku və ixracatı üzərində dövlət şirkətləri və təşkilatlarının nəzarətidir. Bu ölkələr real mal üzrə sazişləri birjadan sovuşaraq bilavasitə istehsalçılar, yaxud vasitəçilər ilə birja mexanizmindən istifadə etməklə birja kontraktları əsasında həyata keçirirlər.

Birja ticarətinin inkişafında mühüm amillərdən biri də universal

¹ Produsent (latınca *producens*) - foto, yaxud xemosintez edə bilən (hasil edə bilən, yaradan) və qida silsiləsində üzvi maddələrin yaradıcısı olan orqanizm.

mal birjalarının sayının və əhəmiyyətinin artması, mal dövriyyəsinin genişlənməsi və onların birləşməsidir. Məsələn, 1977-ci ildə 4 Amerika birjası, o cümlədən "Kommoditi eksçeyndg", "Nyu-York merkenteyl eksçeyndg", Nyu-York pambıq birjası, Nyu-York qəhvə və qənd birjası birləşərək, Nyu-York mal birjası birliyi yarandı. Yeni birjanın mal dövriyyəsi ABŞ-ın birja ticarət dövriyyəsinin 25%-ni təşkil edir. Eyni vaxtda yeni ixtisaslaşmış birjalar da meydana gəldi.

Nəhayət, belə bir amili də qeyd etməmək olmaz: məhsulun keyfiyyətinin standartlaşması, birja kontraktlarının vahid şəkllə salınması laiyhəsinin işlənilib hazırlanması nəticəsində beynəlxalq mal birjalarında birja ticarəti texnikasının təkmilləşdirilməsi. Məsələn, malların keyfiyyətinin standartlaşdırılması və sabitləşdirilməsi beynəlxalq birjanın mal dövriyyəsinə daxil olan bir çox mallar üzrə birtipli kontraktların işlənilib hazırlanmasına imkan verdi. Bunun nəticəsində, 1980-ci illərdə təkəcə Amerika birjalarında birtipli kontraktların 70%-nə yenidən baxılmış və bəyənilmişdir.

Birja ticarəti texnikasının təkmilləşdirilməsi bilavasitə nəqliyyat və anbar sisteminin təkmilləşdirilməsi səviyyəsinin yüksəldilməsi, birjadan kənarında sazişlər bağlamaq üçün "teletayp bazarı" vasitəsilə vaxtında və etibarlı əlaqələrin və eyni zamanda müvafiq keyfiyyət və çeşid üzərində nəzarət üçün müasir texniki vasitələrlə işlərin təmin edilməsilə bağlıdır.

§2. Beynəlxalq hərracları¹

Beynəlxalq hərrac bazarın müəyyən yerlərində fəaliyyətdə bulunan əlahiddə təşkil olunmuş ticarət qurumudur. Burada öncədən müəyyən edilmiş vaxtda və xüsusi təyin olunmuş məkanda qabaqcadan alıcılar tərəfindən baxılıb yoxlanılmış (seçilmiş) və təklif olunmuş antikvar mallar ən yüksək qiymətlərlə satılır. Bu halda satılan həmin mal alıcının mülkiyyətinə keçir. Hərraclarda ancaq fərdi və nadir xüsusiyyətlərə malik olan mallar satılır. Elə buna görə də hərrac malları hərraca qoyulan anadək (satılana qədər) alıcı tərəfindən müayinə edilir (yoxlanılır), yaxud dequstasiya olunur. Öncədən yoxlama hərrac ticarətinin vacib şərtidir. Belə ki, mal satıldıqdan sonra nə hərrac təşkilatçıları, nə də malı satın alanlar malın keyfiyyətinə heç bir iddia (əlbəttə, gizli defektlərdən savayı) aldira bilməzlər.

Hərraj ticarətinin əsas mərkəzləri Hərracda ticarətin əsas predmetləri aşağıdakı mallar ola bilər: xəz-dəri malları (xammal və onlardan işlənib hazırlanmış mallar), yuyulub təmizlənmiş yun, qıl (cod tük, donuz tükü), çay, tütün, tərəvəz, meyvə, balıq, tropik mənşəli taxta-şalban, mal-qara (əsasən at), beynəlxalq bazarlarda xəz, yuyulmamış yun, çay, tütün kimi mallar hərracı mal satışının ən mühüm formasıdır. Məsələn, ABŞ-da, Kanadada beynəlxalq hərrac satdıqları malların 70 faizi xəz-dəri mallarının payına düşür. Bu, Belçikada 90%, İsveçdə və Norveçdə isə 95% təşkil edir. Beynəlxalq hərracları vasitəsilə dünya bazarlarında satılan çayın 70 %, yuyulmayan yunun 90-95 %-i Avstraliyanın və

¹ Hərrac - təcrübədə auksion, müəavinə, açıq satış kimi də işlədilir.

Yeni Zelandiyanın payına düşür.

Müasir şəraitdə hər bir hərrac malının öz mərkəzi yaradılmışdır. Su samuru (norka) xəzi üzrə hərrac ticarətinin mərkəzləri Nyu-York, Monreal, London, Kopenhagen, Oslo, Stokholm, Sankt-Peterburq şəhərləridir. Son illər hərraclarda su samuru xəzinin satış həcminin artımı müşahidə olunur. Həm də bu mal əsasən Skandinaviya ölkələrində baş qaldırır və bunun da nəticəsində Nyu-York və London şəhərlərinin eyniadlı hərracların əhəmiyyəti bir qədər enmişdir. Buxara dərisi (karakul) üzrə əsas hərrac mərkəzi London və Sankt-Peterburq sayılır. Xəz-dəri hərracları Honqonkda, Cənubi Koreyada, Çin Xalq Respublikasında, Yaponiyada da təşkil olunur. Fəqət xəz-dəri ticarətində onlar çox da əhəmiyyətli rol oynamırlar.

Yuyulmamış yun üzrə hərrac ticarətinin də öz mərkəzləri vardır: London, Liverpul, Keyptaun, Melburn, Sidney, Vellington (Yeni Zelandiya). Liverpul hərracında həmçinin keçi yunu, Hindistan və Pakistanda isə xalça-gəbə yunları da satılır.

Çay hərrac ticarətinin də özünəməxsus mərkəzləri vardır. Məsələn, Hindistan ixrac edəcəyi çayın 70 faizini özünün Kəlküttə və Koçin hərracları vasitəsilə, qalanını - 30 faizini isə London hərracı vasitəsilə satır. Şri-Lanka xaricə çıxaracağı çayın 70 faizini Kolumbodakı hərrac, 30 faizini isə London, Hamburq, Antverpen hərracları vasitəsilə realizə edir.

Tütün üzrə hərrac ticarətinin mühüm mərkəzləri Nyu-York, Amsterdam, Breman, Lusaka (Zambiya), Limba (Malaviya), gül hərrac ticarətinin - Amsterdam, tərəvəz-meyvə ticarətinin - Antverpen və Amsterdam, balıq ticarətinin ABŞ, İspaniya və Norveçdən savayı bütün Qərbi-Avropa limanları, at hərrac ticarətinin mərkəzi isə Dovel (Fransa), London, Moskva məkanlarıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda yuxarıda göstərilənlərin bəziləri üzrə, o cümlədən meyvə-tərəvəz, tütün, at və s. üzrə beynəlxalq hərrac ticarəti keçirə bilər. Bunun üçün həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət baxımından hər cür iqlim-coğrafi şərait vardır.

Beynəlxalq hərracların

keçirilməsi qaydası. Hər bir müvafiq mal üzrə hərracın keçirilməsinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Bu, həmin malın xarakterilə şərtlənir. Bununla belə, hərracın keçirilməsi qaydası bütün mallar üzrə, əsasən, eyni analogiyaya əsaslanır. Ümumiyyətlə, hərracın keçirilməsi dörd mərhələdən ibarətdir.

1 mərhələ - hərraca hazırlıqdır. Məsələn, xəz-dəri hərracına hazırlıq üç-dörd ay öncədən başlanır. Öz malını hərracda realizə etmək arzusunda olan sahibkar onu hərrac şirkətinin anbarına çatdırır. Şirkətin mütəxəssisləri malı yoxlayır, sortlaşdırır, (çəşidləşdirir) və eynicinsli keyfiyyət nişanələrinə görə qruplaşdırır. Sonra onlar dəstələrə (partiyalara) ayrılır. Təcrübədə bu, "lot" adlanır. Lota keyfiyyətcə eynicinsli olan mallar seçilir. Belə ki, gön-dəri nə qədər çox dəyərli olursa, lotda onun sayı az olur. Məsələn, dələnin lotu bir qayda olaraq 3000 dəridən ibarətdir, su samurunun (norkanın) 150-350 dəri, xam buxara dərisi 300-700 dəri olur və i.a. Hər bir lota sıra sayı verilir və həmin hərracın kataloqunda qeydə alınır. Həmin kataloqdakı sıra sayı ilə də hərracda satış keçirilir. Alıcılara əyan olsun deyə hər bir hərrac malının ayrıca sərəgisi təşkil olunur. Malın nümayəndələri xüsusi salonlarda, malın özü (lotlar) isə hərracın anbarında yerləşdirilir.

Hərracın keçirilməsi və vaxtı haqqında mümkün alıcıları xəbərdar etmək də hərraca hazırlıq mərhələsinə aiddir. Buraya hərracda satılacağı nəzərdə tutulan malların miqdarı və çəşidi barədə məlu-

mat verilməsi də aiddir. Bu məqsədlə hərracın keçirilməsinə 1,5-2 ay qalmış ümumi və xüsusi mətbuatda reklam elanları verilir.

II mərhələ - hərracda iştirak edəcək alıcıların mallara baxılması prosesinin təşkilindən ibarətdir. Mallara baxış adətən hərracın (torqun) açılmasına bir həftə, yaxud 10 gün qalmış başlanır. Mallara öncədən baxış, onların yoxlanılması çox vacibdir. Belə ki, hərracın şərtlərinə görə, mal satın alındıqdan sonra alıcı həmin malda hər hansı bir qüsurlu tapsa belə, onun heç bir iddiası qəbul edilmir. Baxış xüsusi otaqlarda (salonlarda) keçirilir. Nümayəndələr elə yerləşdirilməlidir ki, onlar malın bütün xüsusiyyətlərini, xassələrini əks etdirə bilsin. Alıcılar onları diqqətlə nəzərdən keçirir və kataloqda bəyəndiyi lotları və onların qiymətləri barədə özlərində qeydlər aparırlar. Çay, tütün və bu kimi mal hərracında alıcılar dequstasiya da edə bilərlər.

III mərhələ - hərrac torqudur (satışdır). Hərrac torqu amfiteatr şəklində olan xüsusi hərrac salonunda keçirilir. Alıcılardan bir qədər hündür yerləşdirilmiş masa arxasında hərracın rəyasət heyəti (hərracçı) və onun alıcıların davranışına, əhvalına göz qoyan köməkçiləri əyləşir. Masa arxasındakı lövhədə alıcıların gözləri önündə təklif olunan lotların (malların) sıra sayı işıqlandırılır. Ayrı-ayrı masa arxasında əyləşən hər bir alıcı qarşısında (masanın üstündə) onların hərrac təşkilatçıları tərəfindən qeydə alınmış sıra sayı qoyulur.

Hərrac bu qaydada keçirilir: hərracçı növbəti malı (lotu) elan edir və bununla birlikdə tabloda onun sıra sayı işıqlandırılır. Hərracçı onun ilkin qiymətini bildirir. Əgər alıcılardan heç biri razılığını bildirmirsə, o, yəni hərracçı qiyməti o vaxtadək ardıcıl surətdə aşağı salır ki, alıcılardan biri "alırım" razılığını bildirsin. Əgər bir

neçə alıcı birdən "alırım" işarəsini bildirsə, hərracçı malın qiymətini qaldırır və yenidən torq başlanır. Alıcılar qrup halında razılıq işarəsi verdikcə, hərracçı axıra bir alıcı qalanadək qiyməti qaldırır. Elə ki, axırda tək bir alıcı qalıb öz razılığını bildirdikdə, hərracçının üç dəfə "kim çox verər?" elanı bəyan edilir. Sonra səs çıxmasa, torq tamamlanır. Qiymətin qaldırılması dərəcəsi isə standartdır. Məsələn, hər dəfə ilkin qiymət 5-10%-dək qaldırıla bilər.

Hərracın inzibatçısı səbəbini bilmədən belə satılması hələ elan edilməmiş istənilən malı hərracdən çıxara bilər. Bütün lotlar satıldıqdan sonra həmin malı yenidən satışa qoya bilər.

IV - mərhələ hərrac razılaşmalarının rəsmiləşdirilməsi və malın alıcıya təhvil verilməsidir. Hərracın inzibatçısı ya hərracın gedişatı prosesində, ya da sabahı gün satın alınmış malın kontraktını yeni mal sahibinə təqdim edir. Kontrakt alıcı tərəfindən də imzalanır. Bu, onun üçün vacib sənəd sayılır. Belə ki, həmin kontraktla göstərilir ki, hesab kimin adına yazılmalı, hara və hansı nəqliyyat növü ilə göndərilməlidir. Alıcı kontrakta imza atdıqdan sonra bir nüsxəni özündə saxlamaqla digərini hərracın kontoruna qaytarır.

Hərracda satılan malın dəyəri hissə-hissə ödənilə bilər. Onun 30-40%-i kontrakt imzalandığı vaxtda ödənilir, qalan hissəsi isə malı təhvil götürdükdə.

**Beynəlxalq hərrac
ticarətinin təşkilati
formaları**

Konkret hərrac malları ticarətində malın və təcrübənin xarakterindən asılı olaraq hərrac ticarətinin təşkilinin müəyyən xüsusiyyətləri vardır. Hərrac ticarətilə məşğul olan

firmaları şərti olaraq üç ixtisaslaşmış qrupa ayırmaq olar: *a) ixtisaslaşdırılmış firmalar; b) broker-komission firmalar; v) kooperativlərə, yaxud fermerlər ittifaqına məxsus hərrac firmaları.* Bunların ha-

mısında ümumi və fərdi xarakterik cəhətlər vardır. Ayrılıqda hər birini nəzərdən keçirək.

İxtisaslaşmış firmalar. Bunlar hərracın təşkili və bu hərraclarda həm öz hesabına, həm də komission əsaslarda hərrac mallarının satışıyla məşğul olurlar.

İxtisaslaşmış hərrac firmaları hərraca hazırlıqdan tutmuş, onun həyata keçirilməsində bütüm funksiyaları həyata keçirir. Əksər hallarda bunlar satıcılara (hərraca mal təhvil verənlərə) hərrac firmasına verəcəkləri mallar üzrə borc (kredit) də verirlər. Məsələn, ixtisaslaşmış xəz-dəri firmaları ticarət inhisarçısı kimi bir qayda olaraq öz hesabına satın aldığı xəzi (xəz dərinini, xəzlik malları) hərraclarda realizə edir. Bununla yanaşı, onlar eyni zamanda komission əsaslarda firma-istehsalçıya, fermerlər assosiyasına, fermerlər kooperativinə məxsus xəz malları satırlar. Hazırda dünya bazarında ən iri ixtisaslaşmış xəz-dəri firması İngiltərənin "Qudzon bey" firmasıdır. O, artıq Nyu-Yorkda, Monrealda öz məmləkətinin paytaxtı Londonda filialları olan beynəlxalq şirkətə çevrilmişdi.

Xəz-dəri malları hərracı üzrə iri ixtisaslaşmış şirkətlərdən biri də ABŞ-ın "Nyu-York okşin K^o-nik" firmasıdır. Bu firma Nyu-Yorkda su samuru xəzi üzrə satış hərracı təşkil edir. Bundan əlavə, həmin şirkətin Minnesotda su samuru xəzi satan "Nyu-York okşin K^o (Minnosat), ink" filialı vardır. Onun Kanadada "Kanedien ofer oknş seyzl (Kvebek)" ltd şöbəsi (Monrealda su samuru xəzinin hərracını təşkil edir) vardır. Kotik¹ dəriləri üzrə hərrac ticarətində isə əsas inhisarçı amerika şirkəti "Fouk fer K^o-dir". O, bütüm dünyada

¹ Kotik - dəniz pişiyi deməkdir.

əldə edilən kotik dərilərinin ticarətinin və işlənilməsinin (emaletmə, boyama) 90 faizini öz əlində cəmləşdirir. Şirkət ildə iki dəfə Qrenvilldə hərrac təşkil edərək, orada ABŞ-ın, Kanadanın, Cənubi Afrika Respublikasının, Uruqvayın adından kotik dəriləri, habelə xırda fermerlərdən və ovçulardan satın aldığı həmin dərilərdən realizə edir.

Broker-komission firmaları Həmin firmalar xəz-dəri, yun, çay, tütün və bu kimi hərrac malları ticarətində geniş in-tişar tapmışdır. Adətən, belə firmalar təşkil

etdikləri hərraclarda öz müştərilərinin tapşırığı ilə onların mal-larını komission əsaslarda satırlar. Broker firmaları eyni vaxtda həm satıcının, həm də alıcının nümayəndəsi kimi iştirak edə bilər-lər. Belə olduqda o, yəni firma hər ikisindən - həm satıcıdan, həm də alıcıdan muzzd alır. Bu halda satıcı alıcmı, alıcı da satıcını tanı-maya bilər. Əslində, tanımaması daha məsləhətdir.

Yuxarıda göstərilən İngiltərədəki xəz-dəri hərracının təşkilatçı-ları olan hər iki şirkət məhz broker-komission firmaları kimi çıxış edirlər. Bunlardan biri, yəni "Qudzon bey end Anninçs", "Qudzon bey K^o"-nın qaz şirkətidir. Bu da komission əsaslarda məşğul olur və eyni zamanda satıcı və alıcının nümayəndəsi kimi çıxış edir. O, çox nadir hallarda öz hesabına mal alır.

Londonda hərrac ticarəti təşkil edən ikinci broker şirkəti "İstvod end Xolt, ltd" Nyu-Yorkda özünün qız şirkətini yaradaraq, ona London hərraclarında buxara dərisi satışını həvalə etmişdir. Avstri-yada və Yeni Zelandiyada yun hərracının 90 faizdən çoxu broker-komission firmalarının payına düşür. Həm də yun satışının hamısı *broker-satıcılar*, həmin yunun satın alışı isə *broker-alıcılar* vasitəsi-lə həyata keçirilir. Bir qayda olaraq, yun istehsalçıları hərracda işti-

rak etməyə buraxılmır. Bir qurum olaraq həmin ölkələrdə yun hərracını həyata keçirənlər broker-satıcılar və broker-alıcılar assosiyasiasiyasında birləşmişdilər.

Çay üzrə hərrac ticarəti isə həm çay istehsal edən ölkələrdə, həm də London şəhərində, əsasən, ingilis broker firmalarının, yaxud onların fialialları və qız şirkətlərinin əllərində cəmlənmişdir. Fəqət son illərdə Hindistan hərraclarında da yerli broker firmaları çıxış etməyə başlamışdır. Burada broker firmaları komission əsaslarda plantasiyaçıların (zəmindarların) çayını satırlar.

Kooperativlərə, yaxud fermerlər ittifaqlarına məxsus hərrac firmaları. Bu firmalar Skandinaviya ölkələrində intişar etmişdir. Həmin bölgənin hər birində - Danimarkada, Norveçdə, İsveçdə xəzdəri hərracı ticarətində inhisar vəziyyətini tutan bir firma vardır. Danimarka firması "Deniş for seylz" xəzlik heyvan yetişdirənlər assosiyasiyasının ticarət təşkilatıdır. Hərracları keçirmək üçün bu firma Finlandiya firması "Finiş for seylz" ilə birləşmişdir. Həmin birləşmiş firma həm Kopenhagendə, həm Danimarkada, həm də Finlandiyada su samuru (norka) xəzinin satışını təşkil edir. Norveçdə xəzdəri hərracını "Oslo for okşn" firması təşkil edir. O, təqribən 6,5 min fermerdən qəbul edilən həmin xəzin satışını ilə məşğul olur.

§3. Beynəlxalq torqlar

Beynəlxalq torqlar müxtəlif ölkələrin bir neçə malməndərənlərinin və podratçılarınin öncədən müəyyən edilmiş təklifləri və yerinə yetirmə müddətinə uyğun surətdə malların satın alınması, sifarişlərin yerləşdirilməsi və ardıcıl verilməsi üsuludur. Bunun üçün onlar təklifi (qiymət, sair alış-veriş və texniki şərtləri) daha əlverişli olan torq təşkilatçıları ilə kontrakt bağlayırlar. Müasir şəraitdə

torqlar xeyli yayılmışdır. Onlar maşın və avadanlığın göndərilməsi, obyektlərin tikilməsi üzrə sazişlər bağlamaq üçün kontragentlərin axtarılıb seçilməsində mühüm rol oynayırlar. Satınalma metodu kimi torqlar daha inkişaf etməkdə olan ölkələrdə tətbiq edilir. Məsələn, maşın və avadanlıq üzrə xarici ölkələrdə keçirilən (təşkil olunan) torqların 75-85%-i inkişaf etməkdə olan ölkələrin payına düşür. Bu, həmin ölkələrdə dövlətin həm istehsal sahələrinə, həm də xarici ticarətinə müdaxilə etməsinin güclənməsilə şərtlənir. Məsələn, öz ölkəsini xarici ticarətinə dövlət inhisarı qoyan Birma, Misir və sair bu kimi məmləkətlərdə praktiki olaraq maşın və avadanlıq üzrə bütün idxalat, hətta istehlak şeyləri idxalının böyük bir hissəsi, həmçinin podrat əməliyyatları torqlar vasitəsilə həyata keçirilir. Latin Amerikasının bir çox ölkələrində, xüsusən Uruqvayda bu növ işlərin həyata keçirilməsində satınalma və podratların əsas hissəsini məhz torqlar həyata keçirirlər. Hindistanda, Şri-Lankada, Pakistanda, İranda, İraqda və bir sıra sair ölkələrdə satınalmanın bu forması geniş yayılmışdır.

Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə dövlət mülkiyyətinin həm üfqi, həm də şaquli artması ilə bağlı dövlət təsərrüfatı müəssisələri tərəfindən satınalmayı və podrat işlərinin yerinə yetirilməsini həyata keçirmək üçün torqlar daha geniş tətbiq olunur. Söhbət əsasən elektrik stansiyalarından, kömür şaxtalarından, dəmir yollarından gedir.

Torqların növləri və onların keçirilməsi Keçirilməsi üsulundan asılı olaraq torqlar iki növə ayrılır. *a) açıq (hərrac) torq; b) qapalı (məhdud, yaxud qeyri-legal) torq.*

Açıq torqlarda iştirak etməyi arzulayan bütün firma və təşkilatlar (həm yerli, həm də xarici) cəlb edilir. Bir qayda olaraq açıq

torqda standart və universal avadanlıq, habelə həcmə o qədər də iri olmayan podrat işləri üzrə sifarişlər yerləşdirilir.

Qapalı torqlarda iştirak etmək üçün isə ancaq müəyyən firmalar dəvət olunur ki, bunlara da öncədən xüsusi dəvətnamələr göndərilir. Qapalı torqlarda nadir, mürəkkəb və xüsusi avadanlıqlara, müəssisə komplektlərinə verilən sifarişlər yerləşdirilir. Qapalı torqların xidmətindən müddətli sifarişlərin yerləşdirilməsi lazım gəldikdə istifadə edilir. Bu tipli torqda iştirak etmək üçün bu və ya digər istehsal sahəsində böyük təcrübəsi və texniki cəhətdən yaxşı silahlanmış, məşhur, ağıllı-başlı və çox ciddi məhdud sayda firmalar cəlb olunur.

Avadanlıq üzrə torqların keçirilməsi təcrübəsində tez-tez olmasa da, adətən nadir hallarda fərdi torqlara da rast gəlinir. Bu növ torqların təşkilatçıları başqa rəqib cəlb etmədən ancaq bir firmaya müraciət edir, torqların zahiri formasına və həmin ölkənin qaydaları üzrə torq proseduralarına (üsullarına) tam riyayət edirlər. Fərdi torqlar avadanlığı, yaxud başqa bir malı ancaq bir firma-inhisarçıdan almaq mümkün olduqda və dövlət təşkilatı üçün adi kontraktın bağlanması həmin ölkənin qanunu ilə qadağan edildikdə həyata keçirilir.

Keçirilməsi nəzərdə tutulan torqlar barədə bildiriş torqun növündən asılı olaraq müxtəlif formalarda verilir. Məsələn, rəsmi, adətən, hökumət orqanları tərəfindən açıq torqlar keçirildikdə bildiriş mətbu orqanlarda - qəzetlərdə, iqtisad jurnallarında, torqlar üzrə xüsusi bülletenlərdə yerləşdirilir. Həmin bildirişlərdə (elənlərdə) təşkilatların adı, torqun keçirilməsi tarixi, torqların sıra sayı, malların miqdarı, yaxud işin həcmi, təkliflərin təqdim olunması qaydası və müddəti, habelə podrat şərtlərinin, spesifikasiyanın, cizgilə-

rin və s. sənədlərin haradan alınması göstərilir. Elanlar (bildirişlər) torqun keçirilməsinə 1-1,5 ay qalmış dərc olunur.

Keçiriləcək açıq torqlar barədə informasiyalar milli mənbələrlə yanaşı, eyni zamanda inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi mətbu mənbələrində də dərc olunur. Xarici mənbələrdə informasiyalar adətən öncədən verilir ki, firma-ixracatçıların öz təkliflərini vaxtında hazırlamağa imkan yaransın.

Qapalı torqlar keçirildikdə informasiyalar tamam müxtəlif olur. Qarşıda keçiriləcək torq haqqında bildiriş də ancaq ayrı-ayrı firmalara göndərilir. Bunlar yuxarıda qeyd edildiyi kimi, torq təşkilatçılarına ya əvvəlki sifarişlərin yerinə yetirilməsi gedişatından yaxşı məlum olan, yaxud da bu sahədə geniş tanınmış və çox ciddi firmalar da ola bilər.

§ 4. Beynəlxalq torqların keçirilməsi qaydası və şərtləri

Beynəlxalq torqların keçirilməsi qaydası və şərtləri bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə əsasən birmənalıdır, bir-birinin analoqudur. Bununla belə, torqların müəyyən adət və ənənələr ilə bağlı qanunlar əsas götürüldükdə ayrı-ayrı xüsusiyyətləri də olur. Məsələn, bəzi ölkələrdə torqun keçirilməsi qaydası və şərtləri xüsusi qanunlar, dekretlər, yaxud əmrlər vasitəsilə nizama salınır. Torqun keçirilməsi bir neçə mərhələyə ayrılır. Bunlar aşağıdakılardır: a) torqların hazırlanması; b) torq iştirakçıları tərəfindən təkliflərin təqdimi; v) malgöndərənin seçilməsi; q) kontraktın imzalanması.

Torqların hazırlanması Bu, torqun keçirilməsinin birinci mərhələsidir. Torqların keçirilməsinə hazırlıq onların texniki və alış-veriş şərtlərinin işlənilib hazırlanmasında (bu,

tender sənədi adlanır) və torqların potensial iştirakçılarının (bu isə oferent adlanır) onunla, yəni tender sənədilə tanış edilməsindən ibarətdir.

Torqların fəaliyyətə hazırlanması gedişatında idxalatçı həm torqun təşkilatçısı, həm də sifarişçisi sifətində bulunur. Öz ölkəsinin tender barədə qanununa əsasən, o, yəni idxalatçı torqun iştirakçılarına təqdim ediləcək tender sənədlərinin bütün növlərini və formalarını hazırlayır. Bu sənədlərin doldurulması: təkliflərin verilməsi müddəti, təklifin dəyərləndirilməsi ölçüləri və nəticədə torqu udacaq iştirakçı ilə kontraktın bağlanması qaydası qarşısında qoyulan tələbləri müəyyən edir. Bu halda idxalatçı və sair müvafiq hüquqi şəxslər nəzərə almalıdırlar ki, beynəlxalq ticarət təcrübəsində "tender" ifadəsi (termini) müxtəlif mənalarda işlədilir. Məsələn, bir halda o, qarşıdakı torq barəsində bildiriş (elan) kimi tətbiq olunur; digər bir halda idxalatçı - ölkənin tender qanunçuluğunun tələblərini göstərən tender sənədlərinin komplekti kimi qəbul edilir; üçüncü bir halda "tender" torqun təşkilatçısı tərəfindən tərtib olunan təklif proformas¹ mənasında işlədilir; dördüncüsü, torqda iştirak etmək istəyən firmanın (oferentin), yaxud təşkilatın təklifi kimi qəbul olunur və nəhayət o, yəni "tender" termini qapalı iş üsulu (torq iştirakçıları dövət olunmadan) kimi də adlandırılır. Bu üsula görə kontraktın bağlanması üçün kontragent öncədən müəyyən edilir. Bu növ tender bir qayda olaraq mürəkkəb texniki və yeni nadir avadanlıqda, iri sənaye obyektlərində tətbiq edilir.

¹ Təklif proforması - tender sənədlərinin ümumi şərtlərinə müvafiq olaraq işlərin yerinə yetirilməsi üzrə bütün vəzifələri öz üzərinə götürməyə razılıq verən oferentin dolduracağı və imza atacağı formulyar, yaxud sadəcə olaraq tender formulyardır.

Nəzərə alınmalıdır ki, torqların texniki və alış-veriş şərtlərinin ya müstəqil surətdə onların təşkilatçıları, ya da ixtisaslaşmış mühəndis-məsləhətçi, və ya mühəndis-tikinti firmaları cəlb edilməklə həyata keçirilir. Bu şərtlər tender sənədləri məcmusu formasında öncədən nəşr olunur. Tender sənədləri komplektinə adətən aşağıdakılar daxil edilir: a) tender şərtləri, yaxud tender proforması; b) torqların keçirilməsi şərtləri (torqun iştirakçılarına təlimat kimi); v) torqların ümumi və xüsusi şərtləri; q) spesifikasiya, cizgilər, kataloqlar və s. şəklində texniki-iqtisadi sənədlər komplekti; ğ) işin yerinə yetirilməsi proqramı və qrafiki, kontraktın proformasını, ilkin və son təminatların formaları, onların dəyər məbləği.

Tender şərtlərində aşağıdakılar göstərilir:

- avadanlığın, yaxud sair malın adı və miqdarı (obyektin xarakteri, gücü, məhsuldarlığı, xidmət həcmi göstərilmək şərtlə);
- həmin avadanlığın bütün texniki şərtləri, texniki-iqtisadi xarakteristikası;
- əsas alış-veriş şərtləri, o cümlədən malın göndərilməsi müddəti, qiymətin qoyulması qaydası, ödəniş şərtləri;
- arbitraj, cərimə, təminat, tələbnamə şərtləri.

Tenderin proformasının məzmunu aşağıdakı kimi səslənə bilər, yaxud səslənməlidir. (12-ci əlavə). Bu da qeyd edilməlidir ki, torqların ümumi şərtləri ölkə daxilində keçirilən torqlar vasitəsilə satın alınan bir çox avadanlıqlar üçün eynidir.

Tender sənədləri bilavasitə oferentin təklifinə (tenderə) daxil edilə, yaxud gələcək müqavilənin tərkib hissəsi ola bilər. Hər bir halda nəzərə alınmalıdır ki, (baxmayaraq ki, sifarişin qiymətini sifarişçi hesablayır) bununla belə, oferent də öz hesablamasını

təqdim edib təklifinin qiymətini müəyyən edə bilər. Bundan əlavə o, yəni oferent eyni zamanda sifarişçinin hesabladığı qiymətə öz güzəştini (əlavəsini) göstərə bilər. Bir qayda olaraq, oferent öncədən təminat məbləğini verməklə öz öhdəliyini möhkəmləndirir.

Tender sənədləri komplekti torqa cəlb edilməsi nəzərdə tutulan iştirakçılara satılır. Onun qiyməti, adətən, həmin kompleksin hazırlanmasına sərf olunan məsrəflər əsasında müəyyənləşdirilir.

Torqun bir iştirakçısı kimi oferent bütün mümkün öhdəçilikləri və riskləri öz üzərinə götürməyə hazır olmalıdır.

Torq iştirakçılarının Bu işə torqun keçirilməsinin ikinci mərhələsində **təkliflərin təqdimi** hələsədir. Torqlara daxil olan təkliflər yuxarıda qeyd edildiyi kimi, "tender" adlanır.

Beynəlxalq təcrübədə bəzən buna "*bid*" də deyirlər.

Təklifin təqdimi qaydası və üsulu torqların təşkilatçıları tərəfindən tənzimlənir. Beynəlxalq torqlarda iştirak etmək üçün təklifin təqdiminin müxtəlif üsullarından istifadə olunur. Bunlardan birinci üsul nəzərdə tutur ki, oferent öz qiymətini (rəqəmlə və yazılı formada) və digər müasibiqə şərtlərini göstərməklə tender proformasının bütün səhifələrini doldurmalı və imzalamalıdır. Bu halda həmin tender proformasını əsl tender qüvvəsinə minir və torqların proseduralarında müsabiqə seçimində iştirak etmək üçün torqun təşkilatçılara təqdim olunur. İkinci üsul tender oferentinin özü tərəfindən tərtib olunmuş və tam dolğunluğu ilə tender şərtlərinə, yaxud tender sənədlərinə uyğun tenderin təqdim olunmasına məxsusdur. Həmin tenderdə oferent öz firmasının adını, ünvanını və əgər torqu keçirən ölkədə onun nümayəndəsi varsa, həmin nümayəndənin ünvanı göstərilir.

Əgər oferent tender şərtlərinin texniki-iqtisadi hissəsinə dəyişikliklər və dəqiqləşdirmələr etməyi zəruri sayırsa, o, bunları öncədən öz tenderinə əlavə kimi ayrıca sənəddə şərh edə bilər. Lakin əgər tender artıq təqdim olunubsa, bu qəbildən olan dəyişmələrə icazə verilmir.

Bir qayda olaraq tenderlər yazılı şəkildə torqlar açılarkən verilir. Çox hallarda təkliflər (tenderlər) bağlı zərflərdə, əksər hallarda isə biri digərinin içində olmaqla iki zərfdə təqdim olunur. Daxili zərfdə torqların sıra sayı, malın, yaxud işin adı və qəbul olunacağı tarix göstərilir.

Tender sənədlərinin şərtləndirilmiş müddətdə təqdim olunması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu müddətdən sonra daxil olan təkliflərin torqların şərtlərinə əsasən həmin torqda iştirakı qeyri-mümkün hesab edilir. Torq təşkilatlarının tələbilə tender göndərən firma, yuxarıda göstərilən firmaya dair məlumatlardan əlavə, aşağıdakı iki sənədi də təqdim etməlidir: a) ticarət palatasının, bankın, yaxud digər nüfuzlu idarənin həmin firmanın öz texniki və iqtisadi imkanlarına görə sifarişi yerinə yetirməyə qadir olması barədə şəhadətnamə; b) torqun təşkil olunduğu məkana - məmləkətdəki bankın girov alması barədə arayış-girov qəbzi.

Mal (məhsul) gön- Bu, torqun keçirilməsinin üçüncü mərhələsinin seçilməsi ləsinə təşkil edir. Torqu elan edən təşkilat (firma) təyin olunmuş vaxtda (saatda) təklif zərflərini açır. Müsabiqə seçimi prosedurası hər iki halda aşağıdakıları nəzərdə tutur:

a) *tender şərtlərinə uyğun gəlib-gəlmədiyini aşkarlamaq məqsədilə təqdim olunmuş bütün təkliflərlə tanışlığı;*

b) *daxil olan təkliflərin alış-veriş şərtlərilə müqayisəsi;*

v) *firma-oferentlərin inzibati və işgüzar dosyesinin öyrənilməsini.*

Bütün tenderlər ancaq torqun açılış günü rəsmi protokola salınır. Firma-oferentlərin nümayəndələri isə onlar üçün ayrılmış xüsusi otaqda və müəyyənləşdirilmiş vaxtda onun surətilə tanış olub öz rəqiblərinin qiymət və şərtlərilə tanış ola bilərlər. Tender sənədlərinin torqun şərtlərinə uyğun gəlib-gəlmədiyi diqqətlə yoxlanıldıqdan və bütün təkliflər müqayisə edildikdən sonra malgöndərənlər seçilir (mürəkkəb quruluşlu avadanlıqların, böyük məbləğdə satın alınması nəzərdə tutulduğu halda isə əlavə olaraq, hətta firma-oferentin kredittəbliyi və onun istehsal gücü barədə lazım gələn arayış toplanır).

Adətən, malgöndərənin seçimi qiymətlər, keyfiyyət və müddət üzrə əlverişli şərtlər təklif olunduqda müəyyən edilməlidir. Təcrübədə isə çox vaxt iş başqa cür olur. Belə ki, müsabiqə seçimində həlledici amil təkcə qiymət və s. alışı-veriş şərtləri deyil, eyni zamanda oferentin istehsal etdiyi məlumatın yüksək keyfiyyəti, işin yerinə yetirilməsi qaydası və s. göstəricilər də ola bilər.

Malgöndərənlər seçilərkən eyni zamanda ayrı-ayrı qanunvericilik əsasnamələri, yaxud inzibati göstərişlər (fərmanlar) da nəzərə alınır. Məsələn, bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrin ümumi şərtlərində yazılır ki, torqların təşkilatçıları mal göndərmək təkliflərini, əsas da ən ucuz qiymətə avadanlıq göndərilməsi təklifini qəbul etməklə razılışmağa özünü məcbur etməməlidir. Bu hal, ilk növbədə, onunla şərtlənir ki, bir çox inkişaf etmiş ölkələrin iri xarici firmalarla çoxdan yaranmış əlaqələri nəticəsində həmin ölkələr üstünlüyü öz əllərində saxlamağa cəhd göstərirlər. Bu, həm də ayrı-ayrı inkişaf etməkdə olan üçüncü ölkəyə qarşı ayrı-

seçkilik siyasətilə bağlıdır.

Malgöndərənlərin seçimi haqqında qərar torqların şərtləri müəyyən etdiyi müddətə qədər dəqiqləşdirilməlidir. Bu halda tenderlərini təqdim etmiş oferentlər həmin müddət ərzində öz təkliflərini geri götürə bilməzlər. Tenderlərin qüvvədə olması müddəti isə bir qayda olaraq, təklifin baxıldığı tarixdən üç-dörd ayadək olur. Təklifi qəbul olunmuş oferent bu barədə bildiriş alır, qalanları isə bu haqda məlumatlandırılmır. Ancaq öz təkliflərinin nəticəsi barədə sorğu edildikdə onlara məlumat verilir. Bəzi ölkələrdə torqun nəticələri xüsusi bülletenlərdə, yaxud qəzetlərdə verilir.

Firma ilə kontraktın imzalanması. Bu isə torqun keçirilməsinin sonuncu, dördüncü mərhələsidir. Kontraktın şərtləri adi alqı-satqı kontraktlarının şərtlərindən çox az fərqlənir, ümumiyyətlə isə tamamilə fərqlənmir. Fəqət bir sıra hallarda bu kontraktlarda bəzi xüsusi şərtlər, o cümlədən yükdaşıma, yaxud öz ölkəsinin ticarət donanmasından istifadə etmə şərtləri əlavə edilir. Torqun nəticələri üzrə sazişi sonradan, yəni hər iki tərəfin kontraktı imza etmədən öncə oferentin təklifini aksept etmək yolu ilə də bağlamaq olar.

Torqlarda iştirak etmənin müvəffəqiyyətli rəhni aşağıdakılardır: a) torqun şərtlərinə dəqiq əməl edilməsi; b) tenderlərin torqun şərtlərində göstərilən müddətdə təqdim edilməsi; v) bazarın tələblərini, yəni torqların təşkilatçıları tərəfindən mallara və podrat işlərinə qoyulan tələbləri yaxşı bilmək; q) malların keyfiyyətinin, avadanlıq göndərilməsində isə satışdan sonra ona yaxşı texniki xidmətlərin göstərilməsi; ğ) qiymətlərin rəqabətətabliliği, malgöndərmə və podrad işlərinin yerinə yetirilməsi müddəti.

Torqun təşkilatçıları və iştirakçıları Bir qayda olaraq bütün ölkələrdə torqların təşkilatçısı sifətində əksərən dövlət təşkilatları və idarələri, o cümlədən,

nazirliklər, onların idarələri, satınalma təşkilatları, habelə bələdiyyə idarələri, müstəsna hallarda isə iri xüsusi firmalar çıxış edirlər. Torqlarda dövlət təşkilatlarının və bələdiyyələrin geniş iştirak etmələri hər şeydən əvvəl bununla şərtlənir ki, onların da özlərinin xüsusi xarici ticarət aparatları olmur. Bu isə onları müntəzəm şəkildə ticarət fəaliyyətilə məşğul olmaqdan, bazarı mümkün malgöndərənlərin, yaxud podratçıların öyrənilməsi imkanlarından məhrum edir.

Torqlara daha çox malgöndərənlərin cəlb edilməsi eyni zamanda sifarişçilər üçün maksimum rəqabətə imkan yaradır. Bundan əlavə, dövlət və bələdiyyə təşkilatları üçün torqlar həm də ona görə əlverişlidir ki, onlar torqlara maliyyə cəhətdən daha iri və nüfuzlu firmalar cəlb edə bilirlər. Çünki torqun nəticəsində bağlanmış kontraktların məbləği xeyli çox olduğundan maliyyə cəhətdən zəif və kreditətablı olmayan firmaların iştirakı çətinliklərlə üzləşir. Bu hal malgöndərənin və podratçının öz üzərinə götürdükləri təəhüdüdləri yerinə yetirməmək riskini xeyli azaldır.

Torqları keçirərkən dövlət təşkilatları çox hallarda, əsasən də xüsusi və quruluşca mürəkkəb olan avadanlığı satın alarkən firmalar torqun iştirakçıları arasında baş verən rəqabətə deyil, əksinə, onların arasında olan, bilavasitə onlar hər hansı bir inhisar birliyinin, məsələn, kartelin tərkibinə daxildirlərsə, onların əlbirliyi ilə rastlaşırlar. Əksər hallarda isə ayrı-ayrı şirkətlər arasında konkret bir torqda fəallıq göstərmək üçün müvəqqəti

konsorsiumlar təşkil etmək razılaşmalarına gəlirlər. Bəzi hallarda hətta bu kimi iki-üç konsorsium birdən yaradılır.

Təkrar üçün suallar

1. Birja ticarətinin mahiyyəti və razılaşmalarının (sazişlərinin) məqsədi.

2. Mal birjalarının xüsusiyyəti, funksiyaları və təşkilat quruluşu.

3. Birja əməliyyatları, onların iştirakçıları və təşkili qaydası.

4. Beynəlxalq hərraclar: mahiyyəti, təşkilati quruluşu, keçirilməsi qaydası.

5. Beynəlxalq torqlar: anlayışı, əhəmiyyəti, növləri və keçirilməsi barədə informasiyaların təşkili.

6. Torqların keçirilməsi şərtləri və bununla bağlı tender şərtləri və tender proformasını anamları.

7. Torqların təşkilatçıları və iştirakçılarının xarakterik cəhətləri: iştirakçılar tərəfindən təkliflərin verilməsi torqun mühüm mərhələsi kimi.

IX FƏSİL. BEYNƏLXALQ TİCARƏT VƏ ALIŞ-VERİŞ İŞİNDƏ REKLAM, SƏRGİLƏR, YARMARKALAR VƏ TEXNİKİ XİDMƏTLƏR

§1. Reklamın təşkili

Reklamın kökləri çox qədim əyyama, qədim dövrlərə gedib çıxır. Ondan, əsasən xüsusi mülkiyyət sahibləri və olduqca dar bir çərçivədə isə dövlət təşkilatları (müəssisələri) istifadə edirdilər. Lakin bazar münasibətləri şəraitində onunla, yəni xüsusi mülkiyyətçiliklə yarışda dövlət müəssisələri çox əhəmiyyətli olan bu vasitənin gərəyincə istifadəsindən heç də yan keçməməlidirlər. Çünki rentabelliyin yüksəldilməsində reklamın tətbiqi zəruri və ən effektiv üsullardan biridir.

Fransızca "Reclame", latınca "Reclamo" kimi ifadə olunan bu terminin sırf mənası "qışqırıram, çağırıram" deməkdir. O, maliyyə-ləşdirmə mənbəyi göstərilməklə informasiyanın yayılmasının pullu həyata keçirilməsində ünsiyyət formalarından biridir. Reklam "gözəgörünən" və "görünməyən" bütün malların istehlak xüsusiyyətləri və hər cür xidmət növləri (istehsal, ticarət, texniki və s.) haqqında informasiyadır, onları realizə etmək və onlara tələbi artırmaq məqsədini güdür. Hətta istər şəxsi, istərsə də müəssisəni, ədəbiyyat və incəsənət əsərlərini, elmi-texniki nəticələri, ixtiraları populyarlaşdırmaq məqsədilə bunlar haqqında məlumatın yaradılması və yayılması da əsasən reklam vasitəsilə təmin edilir, həyata keçirilir.

Reklam işi bütün dünya ölkələrində, dünya təsərrüfatında geniş sürətdə tətbiq olunur.

Ticarət və alış-veriş məqsədli reklamın məzmunu Ticarət reklamı tələb oymatmaq və satışı həyata keçirmək üçün mal, yaxud xidmətlər haqqında bədii, texniki və psixoloji üsullar vasitəsilə kütləvi surətdə məlumatlar (informasiya) verilməsinə deyilir. Məqsədlərindən asılı olaraq reklam aşağıdakı növlərə ayrılır:

a) *ilkinci reklam*. Bu reklamın məqsədi öncədən mümkün istehlakçılar dairəsini həmişə bazar üçün yeni olan malların və xidmətlərin keyfiyyəti, qiyməti, istehlak etmə üsulu (qaydası), satış yeri və s. haqqında tanışlıq verməkdir;

b) *rəqabət reklamı*. Bu növ reklam rəqib firmanın buraxdığı analogi mal kütləsindən reklam edəcəyi malı ayıraraq onun fərqləndiyini göstərir və alıcını inandırmağa çalışır ki, məhz bu mal onun tələbini ödəməyə qadirdir və daha əlverişlidir;

v) *etibarlı reklam*. Bu cür reklamın məqsədi əvvəllər reklam olunmuş mala olan tələbi qoruyub saxlamaqdır. Buna görə də o, "yada salmaq" xarakteri daşıyır. Bəzi hallarda bu növ reklam satıcının yığılıb artmış mal ehtiyatını azaltmaq üçün alıcıya müvəqqəti təsir göstərmək üçün də istifadə olunur.

Tətbiqi məkanından asılı olaraq reklam daxili bazar və ixracat, yaxud beynəlxalq bazar reklamları kimi fərqləndirilir. Əlbəttə, beynəlxalq reklamın öz xüsusiyyətləri vardır. Ümumilikdə isə dünya bazarında malların reklam olunması prinsipləri və vasitələri çox hallarda milli ticarətdəki kimi olur. Xüsusən, bu, markalı mallara aiddir. Bununla belə, ixracatçılar reklamı həyata keçirərkən nəinki xarici bazarın spesifik xüsusiyyətlərini, eyni zamanda topdansatış ticarətçilərin və istehlakçıların tələblərini də bilməlidirlər.

Reklamın məzmunu və istiqamətləri həmçinin malların daxili, yaxud da xarici bazarlara aidiyyatından asılıdır. Məsələn, ixracat mallarının reklamına xüsusi tələblər qoyulur. Bu cür reklam mal göndərilən ölkənin iqtisadi, mədəni və məişət şəraitinə daha dəqiq uyğunlaşdırılmalıdır. Belə ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqtisadi quruluşundan, maddi həyat səviyyəsindən, əhalinin əsas hissəsinin savadlılıq dərəcəsindən, milli, tarixi, adət və ənənələrindən və s. irəli gələn xüsusiyyətlər nəzərə alındığı halda, bir sıra Asiya və Afrika ölkələrində dini etiqadların üzündən reklam vasitələrindən istifadəyə məhdudiyyətlər qoyulmuşdur.

Müasir dünya bazarının ticarət reklamı təcrübəsi onun məzmunu qarşısında bir sıra effektiv tələblərin qoyulmasına imkan verir. Bunlar aşağıdakılardır:

- bir qayda olaraq, reklam müəyyən mümkün alıcılar qrupuna ünvanlanır. Bu halda reklam edən firma nəzərdə tutduğu (izlədiyi) məqsədi dəqiq müəyyənləşdirməlidir;

- reklam nəinki ölkənin qanunlarına uyğun olmalıdır, eyni zamanda onun tətbiq olunduğu ölkənin mənəvi və etik normalarını nəzərə almalıdır;

- reklam iqtisadi və sosial effekt verməlidir;

- reklam həqiqi, doğru və düzgün olmalıdır. Reklamda rəqiblərin malları və xidmətləri ilə bilavasitə müqayisələr, ticarət markasının təqlid edilməsi, ona bənzədilməsi və bu kimi sair hallar olmamalıdır;

- öz reklamında rəqib mallar və xidmətlər barədə pis, lüzumsuz rəy verilməməlidir;

- reklam daim ardıcıl və fasiləsiz aparılmalıdır.

Reklam işləri böyük məbləğdə məsrəflər tələb edir. Onun

maliyyələşdirilməsi risklə də bağlıdır. Hesablanmışdır ki, inkişaf etmiş ölkələrin məcmu reklam xərcləri 500 mlrd. dollar məbləğindən artıqdır.

Reklamın əsas vasitələri Əsas reklam vasitələri bunlardır: dövri mətbuatda və arayış kitabçalarında reklam; çap edilmiş reklam; telereklam; radioreklam; kinoreklam; xarici reklam; satış yerlərində reklam; şey reklamı; malın qəti formalaşması (qablaşdırılması) ilə bağlı reklam; satış prosesində malın göstərilməsi; nüfuzetmə reklamı. Reklam vasitələrinin seçilməsi bir çox amillərdən, xüsusən onların hər birinin tətbiqi məqsədi və məkanından asılıdır. Bunların hər birini ayrılıqda nəzərdən keçirək:

Dövri mətbuatda və arayış kitabçalarında reklam. Bu reklam vasitələrindən ən çox və geniş yayılanıdır. Orta hesabla bunun payına ümumi reklam xərclərinin təqribən yarısı düşür. Bunun üstünlüyü geniş oxucu kütləsinə dərhal çatdırılmasındadır. Bu növ reklam dövri mətbuatda elan və kiçik məqalə şəklində yerləşdirilir.

Reklam elanları iki cür olur: *təsnifatlı və alış-veriş elanları*. Bunlardan birincisi tematik nişanələr üzrə dəqiq seçilmiş qısa bildiriş xarakteri daşıyır və güzəştli qiymətlə ödənilir. İkincisi, alış-veriş elanı isə malın, onun tətbiqinin, satış yerinin, qiymətinin istehsal edən firmanın xarakterik cəhətlərini ətraflı və dəqiq təsviri şəklində mətbuatda yerləşdirilir.

Bundan əlavə, reklam, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, arayış kitabçalarında da verilir. Buraya teleqraf, ünvanlar, firma, teatr proqramları, qatar, gəmi və avia hərəkəti cədvəlləri, yol bələdçisi və bu kimi sair sahələrin sorğu kitabçaları aiddir.

Mətbuat növü kimi jurnallarda da geniş təsnifatlı elanlar barədə ayrıca mətn materialları gedir.

Çap (çap edilmiş) reklamı. Buna topoqrafik üsulla nəşr olunmuş reklam növləri aiddir. Bu, inkişaf etmiş ölkələrdə reklam xərclərinin məcmu məbləğində ikinci yeri tutur. Xüsusiyyəti bundan ibarətdir ki, o, öncədən dəqiq müəyyənləşdirilmiş istehlakçılar dairəsi üçün nəzərdə tutulur və onların arasında müftə (pulsuz) paylanılır. Məzmununa görə çap reklamı aşağıdakı növlərdən ibarətdir: kataloqlar, prospektlər, reklam vərəqi və buklet,¹ reklam məktubu, yaxud poçt kartoçkası, reklam qoşa vərəqi (əlavə vərəq), reklam müraciətnaməsi.

Telereklam. Bu işə televizor vasitəsilə verilən reklamdır. Müasir reklam vasitələri arasında müstəsna yer tutur. Xarici məmləkətlərin bir çoxunda onun tətbiqi 50-ci illərin ortalarından başlayıb və həmin illərin ilk onilliyində intişar edərək, geniş yayılmışdır. Reklamın ən bahalı növüdür. ABŞ televizoru vasitəsilə verilən 30 saniyəlik reklam 100 min dollara başa gəlir. Bu növ reklam ABŞ-da, İngiltərədə, Yaponiyada və bir sıra Qərb məmləkətlərində, habelə Azərbaycan Respublikasında daha çox yayılmışdır. Televizor vasitəsilə verilən reklamın bir çox növləri vardır. Bunlara reklam elanlarını, ticarət reklam verilişlərini, reklam reportajlarını, diapozitivləri, yaxud diapozitiv filmlər (diktör mətni ilə müşayiət olunur və 10-15 kəlmədən ibarət 5-10 saniyə çəkir) aiddir.

Radio reklam. Bu reklam heç də məmləkətlərin hamısında tətbiq edilmir. Hətta bəzi məmləkətlərdə dövlətə məxsus olan

¹ Bir vərəqdə hazırlanmış və paralel qatlarla bir neçə səhifədə (4-5 səh.) bükülmüş çap əsəri. Onu oxumaq üçün vərəqləmək deyil, şirma (bükülüüb-açılan arakəsmə) kimi açmaq kifayətdir.

radio şəbəkəsində reklam qadağan edilmişdir. Bu hal Skandinaviya ölkələrində, Fransada, Belçikada, Danimarkada, İsveçrədə müşahidə olunur. İngiltərə və Almaniyada radio reklamı hökumət tərəfindən ciddi məhdudlaşdırılmışdır. Hindistanda və İndoneziyada da radio verilişi şirkətə məxsus olduğundan, radioreklam tətbiq edilmir. Bunların əksinə olaraq ABŞ-da, Yaponiyada, İtaliyada bu reklam geniş yayılmışdır. Latın Amerikas məmləkətlərində, Yunanıstanda da radioreklama heç də az yer verilməmişdir.

Ticarət xarakterli radio reklamın növləri aşağıdakı kimi fərqləndirilir: *reklam elanları, müstəqil reklam proqramları və maliyyələşdirilən reklam proqramları*. Bunların sonuncusu telereklamda olduğu kimi, firmalar tərəfindən alınır (pul ilə) və ümumi verilişlər arası qısa reklam mətnində ötürülür.

Kinoreklam. Kinonun böyük imkanları və hamı tərəfindən bəyənilmiş olduğundan kino vasitəsilə reklam geniş yayılmışdır. Bu reklam növü Qərbi Avropa ölkələrində geniş yayıldığı bir halda, ABŞ-da və Yaponiyada demək olar ki, heç tətbiq olunmur. Reklamı kinofilmlərin əsas obyektləri hər hansı bir firmanın satacağı mal, xidmətlər, o cümlədən, məişət, nəqliyyat, səhiyyə, təhsil və s. turizm marşrutları, sənaye və ticarət firmaları, univermaqlar, restoranlar, şadlıq evləri, banklar, sığorta cəmiyyətləri və s. ola bilər.

Həyata keçirilməsindən asılı olaraq kinoreklamı *bilvasitə* müstəqim, təmiz və *bilvasitə* vasitəli, yəni harada vasitə olmaq şərti ilə reklamlar kimi fərqləndirmək olar. Təmiz (bilvasitə) kinofilm reklamının məqsədi tamaşaçıların reklam olunan obyektin yüksək keyfiyyətə və üstünlüklərə malik olduğunu inandırmaqdır.

Bu baxımdan kinoreklam *ümumi reklam filmində* (bu, kütləvi istehlakçılar üçün nəzərdə tutulur və 3-5 dəqiqə ərzində kino seansından öncə göstərilir) və xüsusi *film-reklama* (bu isə sənaye firmaları mütəxəssisləri, müəyyən dairələr, tacirlər və ümumiyyətlə, ticarətçilər, şagirdlər üçün nəzərdə tutulur). Xüsusi filmlər öz məqsədlərindən asılı olaraq, elmi-texniki, elmi-kütləvi, alış-veriş, turizm film-reklamlarına ayrılır.

Bilvasitə kinoreklam daha çox yayılmışdır. Çünki bu növ reklam-filmləri tamaşaçılara qərəzsizlik və obyektivlik təəssüratı bağışlayır.

Bunlardan əlavə, təlimat xarakteri daşıyan reklam filmləri də vardır. Bu filmlər maşın və avadanlığın fəaliyyət qaydasını, onların iş mexanizmini göstərir. Buraya təhsilə dair filmlər də aiddir.

Xarici reklam. Bu reklam bütün ölkələrin milli ticarətində, hətta beynəlxalq ticarət münasibətlərində də digər reklam vasitələri içərisində əhəmiyyətli rol oynayır. Bu gün bütün müasir şəhərləri xarici reklamsız təsəvvür etmək ağılasıgmazdır. Xarici reklam dedikdə küçələrdəki nəqliyyat vasitələrində, o cümlədən metropoliten qatarları və stansiyalarındakı hər cür reklamlar və işıq reklamı başa düşülür. Küçə və nəqliyyatdakı reklamların imkanları əsasən məhdud olur, çünki o, insanlara ani olaraq müvafiq firma, mal haqqında informasiyaları xatırladır. Bununla belə, bu növ reklam ABŞ-da, Yaponiyada, İtaliyada, Belçikada, Fransada geniş yayılmışdır. Məmləkətimizin paytaxtında da addımbaşı xarici reklamlara rast gəlinir.

Satış yerlərində reklam. Mağazaların daxilində və kənarlarında, nümayiş zallarında, salonlarında həyata keçirilir. Əsas növləri bunlardır: vitrinlər, mağaza və s. müəssisə lövhələri, plakatlar və

afişalar, mağaza daxilində diapozitivlər göstərmək üçün qurğu, mağaza daxilində radio reklam və i.a.

Şey reklamı. Bu növ reklam daimi kontragentlərə, habelə pərakəndə satış istehlakçılarına pulsuz hədiyyələr, mal nümunələri, mükafatlar verilməsini nəzərdə tutur.

Malın qəti formalaşması (qablaşdırılması) ilə bağlı reklam. Malın bilavasitə qablaşdırılması, satış üçün qəti şəklə salınmasında (etiketlər, qutular, flakonlar, paketlər və s.) istifadə olunur. Əgər malın qablaşdırılması zövqləri oxşayan şəklə salınarsa, həmin mal şübhəsiz ki, alıcını müəyyən dərəcədə fərəhləndirəcəkdir.

Satış prosesində malın göstərilməsi. Yarmarkalarda, sərgilərdə, habelə nümunələr otağında, konsiqnasiyon anbarlarda alıcılara malın açıq-aşkar göstərilməsi olduqca inandırıcı reklam vasitəsidir. O, əlbəttə ki, alıcıya daha inandırıcı təsir edir. Bu növ reklam xüsusən maşınların, avadanlığın, cihazların və s. malların nümayiş etdirilməsinə aiddir.

Nüfuzetmə reklamı. Bir çox firmalar reklam tədbirinə nəinki tökcə malı, eyni zamanda özünü də daxil edir. Məsələn, firma - istehsalçının elmi tədqiqatlarda, müasir layihələşdirmələrdə, istehsalın mütərəqqi metodlarının tətbiqində, daha yeni avadanlıqla təchiz olunmasında, alıcıya bacarıqlı xidmət göstərməsində əldə etdiyi nailiyyətlərini şöhrətləndirir, təbliğ edir və beləliklə, öz nüfuzunu yayır.

Reklamın həyata keçirilməsinin təşkilati formaları Reklam işinin həcmindən və istifadə olunacaq növlərindən asılı olaraq bir sıra dünya ölkələrinin, xüsusən inkişaf etmiş ölkələrin firmaları reklam və tədbirlərin həyata keçirilməsini müxtəlif səpkidə təşkil edirlər. Onların bəziləri

özlərinin xüsusi reklam şöbələrini yaradır, reklam vasitələrini özləri hazırlayır, yaxud da ixtisaslaşdırılmış reklam agentliklərindən istifadə edirlər. Bunların hər ikisinə nəzər yetirək.

I. Reklam şöbələri. Reklam işinin həcmi çox olan firmalarda reklam şöbəsi bilavasitə yaradılır və onun rəisinə (müdirinə) tabe etdirilir. Müdir reklam tədbirlərinin istiqamətlərini müəyyən edir və işlənməsi, yerinə yetirilməsi və nəzarətə götürülməsi üçün çox da böyük olmayan reklam şöbəsinə göndərir. İri firmalarda isə reklam işinin həcmi böyük olduğundan, reklam şöbəsi ya marketinqlə məşğul olan sahənin, yaxud da istehsalat, ticarət şöbələrinin nəzdində təşkil edilir. Müstəqil reklam şöbəsinin tərkibində reklam vasitələrinin növləri üzrə bölmələr yaradılır. Satışın genişləndirilməsi üçün malların rəqabətətabliliğini artırmaq, tələb və təklifin vəziyyətinin öyrənilməsi əsasında marketinq şöbəsi üçün tövsiyələr vermək, reklamın effektivliyini artırmaq, reklam məsrəflərini müəyyənləşdirmək və nəzarət etmək və s. problemlərin həlli ilə həmin bölmələr məşğul olur.

Reklam şöbəsi bölmələrinin bir sıra funksiyaları vardır: reklam növlərini və metodlarını seçmək, müxtəlif reklam materialları, o cümlədən kataloqlar, prospektlər və s. hazırlamaq; mətbuat və digər növ reklamlar (kinoreklam, telereklam və s.) üzrə sifarişləri qəbul edib yerləşdirmək; sərğilər hazırlamaq və təşkil etmə; mətbuat səhifələrində yer almaq; radio və televizor verilişləri şirkətlərindən vaxt almaq (pullu) və s.

Bu cür geniş funksiyaların yerinə yetirilməsinə baxmayaraq, reklam şöbəsi eyni zamanda müstəqil reklam agentlikləri ilə də əməkdaşlıq edirlər. Əgər reklam şöbələri həmin agentliklərlə əlaqədə deyilsə, bu halda onun reklam vasitələrini yaymaq üçün

özünün xüsusi mütəxəssisi olmalıdır.

Reklam şöbəsi müdiri istehsal şöbəsi, marketing şöbəsi və satın şöbəsi ilə sıx əlaqə şəraitində çalışmalıdır.

II. Reklam agentliyi. Bu, müstəqil xüsusi firmadır. O, öz müştərilərinə reklam layihələrinin tərtibi və yerinə yetirilməsi üzrə pullu xidmətlər göstərir. Agentlik bir tərəfdən öz mallarını reklam edən sənaye, ticarət və sair firmalar, digər tərəfdən, qəzet, jurnal konsernləri, televiziya və radio şirkətləri arasında vasitəçilik edir. Reklam agentlikləri aşağıdakı prinsiplər üzrə təsnifləşdirilir:

a) *göstərilən xidmətlərin həcminə görə*. Buna "tam xidmət edən" agentlik də deyilir. Bazarın tədqiqi də daxil olmaqla o, bütün xidmətləri öz üzərinə götürür. Bununla yanaşı, *məhdud xidmətlər göstərən agentliklər* də mövcuddur.

b) *göstərilən xidmətlərin növlərinə görə*. Bunlar müəyyən mallar və reklam vasitələri üzrə universal və ixtisaslaşmış olurlar;

v) *fəaliyyət sahələrinə görə*. Mallar üzrə konkret, daxili və xarici bazarlarda.

Bunlardan ən geniş yayılmışı "tam xidmət göstərən" agentliklərdir. Bu növ agentlik ticarət-reklam siyasətinin ümumi və ayrı-ayrı məsələləri üzrə öz müştərilərinə məsləhətlər verir, bu və ya digər malın baraxılışının məqsədəuyğunluğuna dair sənaye (istehsal) firmalarına tövsiyələr verir; reklam tədbirləri kompaniyası planı və smetanı tərtib edir, onların həyata keçirilməsi müddətini və dövriliyini müəyyən edir, reklamın hazırlanmasını həyata keçirir və i.a.

Həmin agentlik eyni zamanda reklam sahibi ilə hələ satışın ilkin planının tərtib olunması mərhələsində əməkdaşlığa başlayır. Bu münasibət onların arasında bağlanılan sazişlə tənzimlənir. Həmin

sazişdə agentlik tərəfindən təqdim olunan xidmətlər kompleksi göstərilir. Agentliyin xidmətləri üçün komission mükafatı (haqqı) reklam dəyərinin 15%-ni təşkil edir.

Reklam agentlikləri inkişaf etmiş ölkələrdə daha çox yayılmışdı. Bununla belə, reklamlaşdırma sahəsində həlledici rol ən iri reklam agentliklərinə məxsusdur. Məsələn, dünyanın ən iri agentliyi Yaponiyanın "Dentsu" reklam konsernidir. ABŞ-ın "Yanq end Rubikem", "Oqilvi end Mazer", "Batten, Barton, Durstin end Osborn" firmaları da "Dentsu"dan geri qalmır. Bu nəhəng beynəlxalq firmaların xaricdə geniş filialları və qız şirkətləri şəbəkəsi vardır.

Reklam agentlikləri regionlar (məhəllilər) üzrə, reklamlaşdırılan malların nomenklaturu üzrə, reklamın yayılması vasitələri üzrə, funksiyaları və reklam fəaliyyətinin dər istiqamətləri üzrə daxilən ixtisaslaşır. Kiçik miqyaslı agentliklər bir qayda olaraq regional (məhəlli) və yerli bazarlara xidmət edirlər. Agent - nəhənglər isə öz milli bazarlarında və beynəlxalq miqyasda hakim vəziyyət tuturlar.

Müasir şəraitdə reklam fəaliyyətinin texnologiyası əhəmiyyətli dəyişikliklərə düçar oldu. Bu hal praktiki olaraq reklam işinin bütün istiqamətlərini və vasitələrini əhatə etmiş olan proseslərin kompüterləşməsindən irəli gəlir. Həm də kompüterləşmə firmanın reklam, marketing və satış fəaliyyətlərini sıx surətdə əlaqələndirdi.

Reklam işində yeni texniki nailiyyətlərdən biri də videomaqnitofonlardan, videokasetlərdən, videodisklərdən istifadə olunmasıdır. Məsələn, sərgilərdə, yarmarkalarda videomaqnitofonların köməyi ilə yerdəyişməsi qeyri-mümkün olan mürəkkəb avadanlıq,

qurğular nümayiş etdirilir.

§ 2. Mal nişanı və reklam məqsədilə ondan istifadə

Mal nişanı dedikdə onu və istehsalçını, ümumiyyətlə və fərdi əlamətlərinə görə fərqləndirmək üçün mala verilən (qoyulan) fərqli əlamət (işarə) başa düşülür. Mal nişanı şəkil, vinyetka¹, qrafiki təsvirlər, orijinal bir ad, rəqəmlərdən, hərflərdən, yaxud sözlərdən xüsusi quraşdırma şəklində olur. Mal nişanı müəssisə sahibinin, firmanın adından da ibarət ola bilər.

Mal nişanı malın çeşidindən, növündən asılı olaraq bilavasitə onun özündə, qablaşdırıldığı materialda, mala bənd edilmiş etiketkalarda təsvir olunur. Bir sıra xarici ölkələrdə, o cümlədən İngiltərədə, Fransada və bu kimi ölkələrdə mal nişanı mal markası adlanır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsində "ticarət markası" termini altında bəzi hallarda müəyyən müəssisəyə, firmaya verilmiş ad (mal nişanı) başa düşülür.

Mal nişanlarının xüsusi növlərindən biri şifahi nişanlardır, başqa sözlə, malın xüsusi, yaxud buna bənzər mal adlarıdır. Bu nişanlar kimya, əczaçılıq, ətriyyat, tütün və sənayenin bir sıra digər sahələrində geniş yayılmışdır.

Ticarət reklamı ilə həmahəng gələn mal nişanı dünya bazarında rəqabət mübarizəsinin ən mühüm vasitələrindən biridir. Bu növ mal nişanının tətbiqi bazarda və istehlakçıda müəyyən mala məhdudluq gətirmək və məhz bu cür malın alıcı tərəfindən alınması istəyini şövqləndirməkdən ibarətdir.

¹ Kitabın və ya fəsilin başında və ya axırında verilən naxış, şəkil kimi bir nişan.

Xarici ölkə firmaları onlara məxsus olan mal nişanlarının qorunması məsələsinə daim xüsusi diqqət yetirirlər.

İxtira patentlərinin və mal nişanlarının firmanın əlində cəmləşməsi onun bazar inhisarı uğrunda mübarizəsini asanlaşdırır.

Mal nişanı dünya ticarətində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Çünki məhz o, bir ölkədə olan mal istehsalçısı ilə digər ölkədəki istehlakçı arasında əlaqələndirici bir həlqə kimi çıxış edir.

Mal nişanı qarşısında Mal nişanının yerinə yetirdiyi vəzifələrdən, habelə mal nişanı barəsində verilmiş qanunların tələbindən irəli gələn

bir çox şərtlərə hökmən əməl edilməlidir. O, orijinal, sadə, asan, yadda qalan olmalıdır. Nişana orijinallıq vermək üçün adətən geniş yayılmış sözlərdən, ifadələrdən uzaq olan qeyri-təbii sözlər götürülür. Ümumiyyətlə, mal nişanlarında malın keyfiyyətinin və xarakteristikasının göstərilməsi məqsəduyğun sayılır. Belə ki, bunları mal nişanında təsvir etmək istehlakçının həmin mala inamını şübhə altında qoyar. Malın yararlılığının asanlıqla yadda qalması üçün mal nişanı daha az ünsürlərdən ibarət olmalıdır. O, imkan daxilində şəxsi adları, soyadları özündə əks etdirməlidir, dövlət gerbi əlamətləri, dövlət xadimlərinin şəkilləri bu nişanda olmamalıdır. Mal nişanları asanlıqla oxunmalı, başa düşülməli və asanlıqla da milli və xarici dillərdə ifadə edilməlidir.

Bilməliyik ki, uğurlu və məşhurlaşmış mal nişanı firma tərəfindən təkcə həmin mala deyil, eyni zamanda ona qohum olan, yaxud onun analoqu olan digər mala da aid edilə bilər. Hətta sonralar onun modifikasiya olunmuşuna, şəkli dəyişilmişinə də tətbiq edilir. Bununla belə, mal nişanı coğrafi ad daşımamalıdır. Çünki o, ayrı-ayrı firmalar tərəfindən inhisarlaşdırıla bilməz.

Beynəlxalq qanuna əsasən, coğrafi ad daşıyan mal nişanı qanunla mühafizə olunmur - qorunmur.

Mal nişanlarının qeydə alınması qaydası Mal nişanından istifadə qaydası onu tətbiq edən ölkənin qanunvericiliyi ilə müəyyən olunmuş əsasnaməyə, habelə

beynəlxalq konvensiya tərəfindən qəbul edilib bəyənilmiş qərara əsasən müəyyənləşdirilir.

Bir sıra ölkələrdə, məsələn, Fransada, İranda, Filippində mal nişanının qeydiyyatı ancaq deklarativ xarakter daşıyır. Bunda marağı olan üçüncü ölkə istənilən vaxt həmin nişana etirazını bildirib, qəbul etməyə bilər. Beləliklə, ixracatçılar bu ölkələrə malları öz mal nişanlarını qeydə almadan da gətirə bilər.

Digər bir sıra ölkələr (Finlandiya, Yunanıstan, Latın Amerikası ölkələri) qeydə almanın vacibliyini əsas tutaraq, mal nişanına xüsusiyyətçilik hüququnu öz qanunçuluğunda nəzərdə tuturlar. Bu ölkələrdə mal nişanının qeydə alınması zəruridir. Bəzi ölkələrin qanunvericiliyi isə cyni zamanda müəyyən kateqoriyalı mal nişanlarının qeydə alınmasını tələb edir. Məsələn, Yunanıstanda və Türkiyədə əczaçılıq malları, Kanadada bahalı metallar, Kosta-Riakada əczaçılıq malları, kimya məhsulları və ərzaq həmin kateqoriyalı mallara aid edilir.

Mal nişanları dövlət idarələrində həm də uzun müddətə qeydə alınır. Xarici ölkələrdə 4,0 mln. mal nişanı, o cümlədən Qərbi Avropada 1,8 mln. (bunlardan 400 mini Almaniyada, 244 mini İngiltərədə, 376 mini Fransada), ABŞ-da 383 min, Yaponiyada 700 min mal nişanı qeydə alınıb.

Beynəlxalq ticarətdə mal nişanlarından istifadə dövlətlərarası coxtərəfli xüsusi razılışmalarla (sazişlərlə) tənzim olunur. Paris

Konvesiyasını, Madrid Sazişini buna misal gətirmək olar.

§ 3 Beynəlxalq sərgilər və yarmarkalar

Yarmarka ticarətin bir növüdür. O, ənənəvi olaraq hər il, bəzi hallarda ildə bir neçə dəfə müəyyən bir yerdə (ölkədə) təşkil edilən bazardır. Yarmarka bir, yaxud bir neçə növdən olan malların topdansatışıdır. Yarmarkalar yerli, məhəlli (regional), sahələrarası, ölkədaxili və beynəlxalq yarmarkalara ayırılır. Beynəlxalq yarmarkalar ticarət xarakterli sərgi tədbirləri kimi keçirilir. Yarmarkalar istehsal və ticarət (firmalar, təşkilatlar, şirkətlər) arasında təsərrüfat-iqtisadi əlaqələri canlandırır.

Yarmarkanın məqsədi onun iştirakçlarına öz istehsalının mal (məhsul) nümunələrini sərgiyə qoymaq, ticarət sazişləri bağlamaq məqsədilə yeni nailiyyətlərini və texniki təkmilləşmələrini nümayiş etdirməkdir. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, beynəlxalq yarmarka ticarət xarakterli sərgi tədbirlər və ticarət-sənaye sərgisi adıyla yayılmışdır.

Sənaye-ticarət sərgisində məqsəd bir ölkədən, yaxud müxtəlif ölkələrin istehsalının, elminin və texnikasının bir və yaxud bir neçə sahələrində əldə etdikləri yeni nailiyyətlərini göstərməkdir. Müasir şəraitdə bu növ bütün sərgilər əsasən mal dövriyyəsinin inkişafı naminə təşkil edilir. Sərgilərə heç bir məhdudiyət qoyulmadan hamı - alıcılar və satıcılar buraxılır. Sərgiyə qoyulmuş nümunələr üzrə ticarət razılaşmaları həyata keçirilir. İştirakçıların tərkibinə və iqtisadi əhəmiyyətinə görə sərgilər və yarmarkalar aşağıdakı kimi fərqləndirilir:

1. *Milli sərgilər və yarmarkalar.* Bu növ yarmarka və sərgilər

firmanın öz ölkəsində keçirilir. Buraya xarici alıcılar dəvət olunur, lakin mal satmaq hüququ ancaq milli firmalara verilir. Həmin sərgidə öz ölkəsinin alıcıları da iştirak edə bilərlər.

2. *Beynəlxalq sərgilər və yarmarkalar.* Bu tip sərgilər və yarmarkalar beynəlxalq ticarətə xidmət edir. Bunlarda məhdudiyət qoyulmadan istənilən ölkənin bütün firmaları iştirak etmək hüququna malikdirlər. Beynəlxalq yarmarka və sərgilərin əsas üstünlüyü ondadır ki, burada müxtəlif ölkələrdə istehsal olunan mal nümunələrinin böyük bir hissəsi satışa qoyulur. Bu, alıcılara az bir vaxt ərzində bir çox ölkələrin bazarında yeni malların təklifi ilə tanış olmağa, mütəxəssislərdən zəruri məsləhətlər almağa, razılaşmalar aparmağa və kommersiya şərtlərini öyrənməyə və nəhayət, kontraktlar (sazişlər, müqavilələr) bağlamağa imkan verir.

Yarmarka və sərgilərdə çap olunmuş reklam materialları paylaşılır, reklam filmləri nümayiş etdirilir, reklam plakatları yapışdırılır, işıq reklamı qurğusu quraşdırılır, kiçik qablaşdırılmış mallardan hədiyyə paylaşılır və nəhayət, satış üçün mallar göstərilir.

Beynəlxalq yarmarkalar və sərgilər müxtəlif ölkələrin işgüzar adamlarının görüş yeri kimi onların sonralar əlaqə yaratmaqlarında və kontraktlar bağlamaqda da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Yarmarka və sərgilər bir çox ölkələrdə, xüsusən Qərbi Avropada və ABŞ-da, Almaniyada və İngiltərədə geniş miqyasda keçirilir. Keçirilən yarmarkaların məcmu sayının 65-70 faizi təkcə beş ölkənin - Almaniyanın, ABŞ-ın, Fransanın, İngiltərənin və İtaliyanın payına düşür. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə də beynəlxalq yarmarkaların əhəmiyyəti artmaqdadır. Bu yarmarkalardan ən iriləri Suriyada, Liviyada, Kanadada, Hindistanda, Mərakeşdə, Çilidədir.

Milli sərgilər də əhəmiyyətli rol oynayır. Bunlar bir

məmləkətin hökumət idarələri, ticarət-sənaye assosiyasiyaları, yaxud xüsusi firmaları tərəfindən məmləkətlərin digər ərazisində təşkil olunur. Bu cür sərgilər aşağıdakı növlərə ayrılır:

a) *qısamüddətli sərgilər*;

b) *səyyar sərgilər*. Bu növ sərgilərin təşkilatçıları müştərilər (sərgiyə gələnlər) dairəsini artırmaq məqsədilə müxtəlif nəqliyyat növlərindən istifadə edilir. Suda üzən sərgilər daha geniş yayılmaqdadır (Yaponiyada, İsveçdə, İngiltərədə). Belə sərgilər iri gəmilərdə təşkil olunur;

v) *daimi nümunələr sərgisi*. Çox vaxt diplomatik konsulluqlarda və öz ölkəsinin digər nümayəndəliklərində təşkil edilir;

q) *daim fəaliyyətdə olan ticarət mərkəzləri*. Bu növ sərgilər inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən xarici məmləkətlərdə yaradılır.

ğ) *ticarət həftəsi*. Bu, sərginin yeni növüdür. Ticarət həftəsi adətən istehlak mallarını göstərmək və satmaq üçün böyük şəhərlərin iri univermaqlarında təşkil olunur.

Beynəlxalq sərgilərdə (yarmar- Beynəlxalq sərgilərdə və yar-
kalarda) bağlanılan sazişlər markalarda bağlanılan kon-
traktların əsas növü sərgiyə
qoyulmuş malın sonradan göndərilməsi şərtilə nümunələr üzrə sazişlərdir.

Kontraktın ikinci növü eksponatların özünün satışı üzrə sazişdir. Eksponatlar dedikdə maşın və avadanlıq, uzunmüddətli istifadə olunan predmetlər və bir sıra geniş formada yayılan istehlak malları başa düşülməlidir. Bu cür saziş bağlandıqda, qeyd-şərt edilir ki, alıcı satın aldığı malı (nümunəni) götürə bilər. Belə sazişlər "Franko-saziş" şərti əsasında bağlanılır. Belə ki, ayrı-ayrı hallarda eksponent - sərgiyə qoyulan şeyin sahibi malın alıcıya

çatdırılmasını öz öhdəsinə götürür. Belə saziş bağlandıqda həm də oğər həmin ölkədən təkrar ixrac olunursa, yeni ölkədən göndərilən mal əvvəllər bu ölkəyə gətirilən xammaldan emal olunmayıbsa, kömrük rüsumu kimin tərəfindən ödəniləcəyi müəyyənənləşdirilməlidir. Həmin yarmarkada, yaxud sərgidə müəyyən edilmiş qaydalardan, hökumətlərarası sazişlərdən (razılaşmalardan) asılı olaraq eksponentlər sərginin, yaxud yarmarkanın ərazisində kontingentlə¹ müəyyən edilmiş miqdarda mallar gətirib sata bilərlər. Kontingentin həcmi məbləğ hesabı ilə müəyyənənləşdirilir.

Sərgi və yarmarkaların təşkili və tənzimlənmə fəaliyyəti Bir qayda olaraq sərgi və yarmarkaların fəaliyyətinin tənzimi ilə həm ərazisində keçirilən məmləkətin müvafiq idarələri, həm də beynəlxalq təşkilatlar məşğul olurlar.

Sərgi və yarmarkaların fəaliyyətini tənzimləyən yerli idarələrə, nazirliklər, ticarət palataları, sənayeçilər və ticarətçilər assosiyasiyaları, beynəlxalq əlaqələrin inkişafına yardım edən ictimai təşkilatlar və şəhər bələdiyyələri aiddir. Onlar yarmarkaların idarə olunması üzrə işçi orqanlar və sərginin idarə edilməsi üzrə müvəqqəti sərgi komitəsi, yaxud hüquqi şəxs kimi çıxış edən sərgi idarəsi yaradırlar. Ərazisində sərgi və yarmarka keçirilən dövlətlərin hökumətləri sərginin maddi-texniki bazasının yaradılmasında və eksponentlər və onların yükləri üçün müxtəlif güzəştlərin müəyyənənləşdirilməsində onlara kömək göstəririlər.

Beynəlxalq sərgilər və yarmarkaların fəaliyyətini tənzimləyən *beynəlxalq təşkilatlara* aşağıdakılar aid edilir:

¹ Kontingent - ticarətdə bir məmləkətdən başqa bir məmləkətə ixrac və ya idxal edilən malın norması

a) *Beynəlxalq Sərgi Bürosu*. Bu, beynəlxalq sərgilər haqqında Paris Konvensiyasının (1928-ci il) qərarlarının yerinə yetirilməsini müşahidə etmək üçün 1931-ci ildə yaradılmışdır. Həmin konvensiya, kateqoriyalarını nəzərə almaqla sərgilərin təşkili müddətini müəyyən edir. O, sərgi iştirakçılarına bir sıra güzəştlər nəzərdə tutur, o cümlədən, eksponentlər üçün pulsuz sahə vermək, eksponatların sərgi keçirilən ölkəyə pulsuz gətirilməsi və geri aparılması, kömrük rüsumu tutulmadan kataloqların və digər reklam məmullatlarının, habelə pavilyonların və stendlərin tikilməsi (quraşdırılması) üçün tikinti materiallarının gətirilməsi və s.

b) *Beynəlxalq Yarmakalar İttifaqı* 1925-ci ildə təsis edilmişdir. Bu ittifaqın məqsədi beynəlxalq yarmarkaların daimi əməkdaşlığını təşkil etmək, onların hüquqlarını müdafiə etmək, fəaliyyət dairəsini genişləndirmək və beləliklə, dövlətlərarası mal dövriyyəsinin inkişafına təsir göstərməkdən ibarətdir. İttifaq xüsusi birlik kimi çıxış edir və tərkibi təsisçi-üzvlərdən, habelə həqiqi və fəvqəladə üzvlərdən ibarət olur. İttifaq öz fəaliyyəti ərzində bir sıra nəticələr əldə edir: beynəlxalq yarmarka ərazisində gömrük anbarları barədə müddəalar hazırlayıb yayır; gömrük formallığını sadələşdirib, yarmarkada göstərmək üçün qoyulmuş ixtiraların patentlərinin mühafizəsi qaydasını müəyyənləşdirir, yarmarka yüklərinin güzəştli tariflərlə daşınmasına nail olur, yarmarkaya gələnlər üçün pulsuz imzaların verilməsini təmin edir və s. i.a.

v) *Beynəlxalq Yarmakalar Üzrə İşçi Qrupu*. Bu, 1955-ci ildə BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyasının nəzdində xarici ticarətin inkişafı komissiyasında yaradıldı. Onun tərkibində 20 ölkə, habelə Beynəlxalq Yarmakalar İttifaqı, Beynəlxalq Ticarət Palatası daxil edilmişdir. Həmin qrup BMT ölkələrinin hökumətləri üçün

beynəlxalq yarmarkalara və sərgilərə qoyulacaq mal nümunələri üzrə güzəştlərə dair tövsiyyələr hazırlayır.

Yuxarıda göstərilən beynəlxalq təşkilatlarla yanaşı, müvəqqəti beynəlxalq, sahəvi sərgilər və yarmarkalar birliyi də mövcuddur. Birlik ayrı-ayrı mal qrupları, o cümlədən avtomobil, motosikl, metalkəsən dəzgahlar, poliqraf avadanlığı, parça malları üzrə fəaliyyətdə bulunur.

Təkrar üçün suallar

1. Reklamın mahiyyəti, məqsədi və beynəlxalq müstəvidə onun inkişafı zərurəti.

2. Reklam vasitələri, onların rolu, yeri və yayılması prosesinin iqtisadi və coğrafi əsasları.

3. Reklamın həyata keçirilməsinin təşkilati formaları.

4. Reklamda mal nişanlarının əhəmiyyəti; mal nişanları hansı tələblərə cavab verməli və necə qeydiyyatdan keçməlidir?

5. Beynəlxalq sərgilər və yarmarkalar: mahiyyəti və növləri.

Sərgi və yarmarkalarda ticarət sazişlərinin və sərgi (yarmarka) fəaliyyətinin tənziimi. Yarmarkalar və sərgilərin təşkilində texniki xidmətlər: növləri və təmin edilmə qaydası.

X FƏSİL. BEYNƏLXALQ TEXNOLOGİYA, ELMİ- TEXNİKİ BİLİKLƏR VƏ LİSENZIYA MÜBADİLƏSİNİN METODOLOJİ ƏSASLARI

§ 1. Beynəlxalq texnoloji biliklər mübadiləsi

Beynəlxalq ticarət təcrübəsində elmi-texniki biliklərin mübadiləsinə dair müxtəlif terminlər tətbiq edilir. Məsələn, "beynəlxalq texnoloji mübadilə", "sənaye texnoloji mübadilə", "elmi-texniki fəaliyyətin nəticələrinin beynəlxalq mübadiləsi", "texnologiyanın verilməsi (ötürülməsi, satılması)" kimi terminlər daha geniş yayılmışdır. Göründüyü kimi, bu terminlər bir-birinə oxşardır və ticarət fəaliyyəti əsaslarında müxtəlif ölkələrin kontragentləri arasında tətbiq edilir. Buraya transmilli şirkətlərin ana və xarici qız şirkətləri arasında mübadilə, firmadaxili mübadilə də aiddir. Elmi tədqiqatları və təcrübi-konstruktor işlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutan elmi-texniki fəaliyyətin nəticəsində əldə edilən elmi-texniki biliklər sahibindən (fiziki, yaxud hüquqi şəxslərdən) ticarət alqı-satqı sazişi bağlamaqla təcrid də oluna bilər, yaxud da müəyyən bir dövr (ay, il) üçün sazişlər əsasında tərəf-müqabilinin istifadəsinə xidmətlər kimi təqdim edilə də bilər.

Elmi-texnoloji biliklər mübadiləsinin mahiyyəti Elmi-texniki biliklər üzrə ticarət mahanıyyəti *elmi və praktiki dəyərləri* olan elmi-texniki fəaliyyətin nəticələrini

alış-veriş (alqı-satqı) əsaslarında xarici kontragentə (firmaya, şirkətə) satmaqdan ibarətdir. Təcrübədə bu əməliyyat "beynəlxalq texnologiya mübadiləsi" adını almışdır. Əslində isə texnologiya de-

dikdə *elmi-texniki biliklərin nəticələrinin* təzahürü başa düşülməlidir. Bu baxımdan beynəlxalq ticarət (iqtisadi münasibətlər) təcürbəsində "*elmi-texniki əlaqələr*" termini də diqqəti cəlb edir.

Texnologiyanın başqasına verilməsinin (satılmasının) aşağıdakı növləri vardır:

1. *İxtirada, faydalı modellərdə, sənaye nümunələrində, mal nişanlarında təcürbə olunmuş biliklər və sınaqlar*. Burada faydalı model əslində "kiçik ixtira"ya bərabər götürülür.

2. *Elmi-texniki, istehsal, idarəetmə, ticarət, maliyyə və bu kimi sair xarakterli biliklər və sınaqlar*. Bunlar elmi-texniki tədqiqatların aparılmasında, rəqabətətablı məhsulların hazırlanmasında, realizasiyasında və istismarında tətbiq edilir və beynəlxalq ticarət sazişlərində (razılaşmalarında) alqı-satqı obyekt kimi çıxış edir. Bunlar cəmiyyət zamanında "nou-hau" anlayışında ümumiləşdirilir. "Nou-hau" isə hərfən "bilirəm necə" deməkdir.

"Nou-hau"nın xarakterik cəhəti onun elmi-texniki və iqtisadi dəyərlərinin olmasından, praktiki tətbiqinin mümkünlüyündən, tam, yaxud qismən məxfi olmasından ibarətdir. O, yəni "nou-hau" sənəd (cizgi, sxem, təlimat) formasında, yaxud mütəxəssislərin istehsal sınaqları, yəni mütəxəssislərin göndərilməsi) formasında verilir.

Beynəlxalq texnoloji mübadilənin xarakterik cəhətləri - Yeni üçüncü minillik ərəfəsi dövründən beynəlxalq texnoloji biliklər mübadiləsi daha da inkişaf

etməkdədir. Hazırkı şəraitdə bu biliklərin beynəlxalq mübadiləsinin dövrün tələblərindən irəli gələn xarakterik cəhətləri vardır. Bu cəhətlər aşağıdakılardır:

- beynəlxalq elmi-texniki biliklər mübadiləsi inkişafının obyekt-

tiv xarakteri;

- texnoloji biliklərin inhisara götürülməsi prosesinin davamı;
- texnologiyanın verilməsi (satılması) sahəsində firmaların məqsədyönlü siyasətinin dərinləşməsi;
- xarici iqtisadi ekspansiya (yeni bazarlar əldə etmək, bazar iqtisadiyyatını daha da genişləndirmək məqsədilə öz iqtisadi, hətta siyasi nüfuzunu başqa ölkələrə yaymaq) vasitələrindən biri kimi korporasiyaxili texnologiya mübadiləsindən firmaların səmərəli istifadəsi;
- kiçik və orta firmaların texnologiya mübadiləsində iştirakı;
- beynəlxalq texnologiya mübadiləsi sferasında inhisarçılararası ziddiyyətlərin güclənməsi. Bu, dünya bazarında korporasiyalararası rəqabətin daha da dərinləşməsinə gətirib çıxarır;
- inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi asılılığının yeni formalarının yaradılmasına doğru transmilli korporasiyaların cəhd göstərmələri;
- texnologiyanın verilməsi (satılması) sahəsində müəyyən qayda-qanunların qoyulması uğrunda inkişaf etmiş ölkələrin mübarizəsi.

§ 2. Elmi-texniki biliklər ticarətinin xüsusiyyətləri

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin inkişafının müasir mərhələsi üçün elmi-texniki biliklərin mübadiləsi, malların icarəyə verilməsi, beynəlxalq turizm, kinofilmlərin kirayəyə verilməsi, xarici limanlarda gəmilərin təmiri və onlara xidmət göstərilməsi, məsləhətçilik xidmətlərinin realizə edilməsi və bu kimi sair ticarət və xidmət formaları xarakterikdir. Maddi dəyərlərin ticarətindən fərqli olaraq burada beynəlxalq mübadilənin predmeti kimi elmi-

texniki biliklər üzrə fəaliyyətin nəticələri və xidmətləri çıxış edir. Bunlar bir qayda olaraq "görünməyən" mallara aiddir.

Xidmətlərin istehsalı və alqı-satqısı da dəyər qanununun fəaliyyətinə tabe etdirilmişdir. Başqa sözlə, onlar hasil olunmasına sərf edilən əməyin məcmu miqdarı ilə ölçülür.

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə xidmətlərin ayrı-ayrı növlərinin əhəmiyyəti birmənalı deyil. İqtisadi münasibətlərin bu sferasında elmi-texniki biliklərin mübadiləsi üstün əhəmiyyət kəsb edir. Müasir şəraitdə elmi-texniki biliklər mübadiləsi daha geniş yayılmışdır. Bu, hər şeydən əvvəl, elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsi və elmin bilavasitə məhsuldar qüvvəyə çevrilməsilə bağlıdır. Bu da qeyd edilməlidir ki, tədqiqatların genişlənməsi və dərinləşməsi çox böyük maliyyə məsrəfləri tələb edir. Xüsusilə çox baha başa gələn avadanlığın, materialların əldə edilməsilə bağlı məsrəfləri göstərmək olar. Maliyyə məsrəflərinin izafiliyi eyni zamanda yüksək ixtisaslı mütəxəssislər ehtiyatının yaradılması ilə bağlıdır. Məhz bu hal firmaları məcbur edir ki, beynəlxalq elmi-texniki əmək bölgüsündə iştirak etsinlər. Bundan əlavə, texniki elmlərin sahələri və istiqamətlərinin genişləndirilməsi, elmi tədqiqatlar sferasında beynəlxalq ixtisaslaşmanın gücləndirilməsi və s. firmalar arasında elmi-texniki biliklərin mübadiləsinin inkişafını tələb edir.

Müasir şəraitdə elmi-texniki biliklər üzrə ticarətin sürətlə inkişafını bir çox səbəblər müəyyən edir. Bunlardan ən başlıcası ayrı-ayrı ölkələrin qeyri-bərabər iqtisadi inkişafının əhəmiyyətli dərəcədə sürətlənməsi və müxtəlif ölkələrdə elmin və texnikanın eyni səviyyədə inkişaf etməməsi ilə bağlıdır. Məsələn, bu məqsəd üçün ABŞ-da Almaniyadan, Fransadan, İngiltərədən, İtaliyadan, Yaponiyadan çox vəsait sərf olunur. Həm də ABŞ-da nəinki bu

məsərəflərin ümumi milli gəlirdə payı digər ölkələrə nisbətən yüksəkdir, onların orta hesabla əhalinin hər nəfərinə düşən həcmi də çoxdur.

Beynəlxalq elmi-texniki biliklər üzrə ticarətin artmasına ilk növbədə elmi-tədqiqat və təcrübi-konstruktor işləri üçün vəsaiti olmayan ayrı-ayrı ölkələrin digər ölkələrdəki qabaqcıl elmi-texniki nailiyyətlərdən bəhrələnməkdə marağı olmasıdır. İkinci bir mühüm səbəb iri firmalar tərəfindən elmi-texniki fəaliyyətin inhisara alınmasıdır. Çünki uzunmüddətli baha başa gələn elmi-tədqiqat işlərinin həyata keçirilməsinə ancaq onların gücü çatır.

Texnologiyanın verilməsi Texnologiyanın verilməsi sahəsində **sahəsində məhdudlaşdırıcı işgüzar praktika** rəqabətin məhdudlaşdırılması müvafiq qanunçuluğa uyğun olaraq patent sahibi tərəfindən ixtiraya qoyulmuş inhisar hüququndan istifadə normal işgüzar praktika hesab olunur.

İşgüzar praktikanın məhdudlaşdırılması üçün transmilli korporasiyalar tərəfindən istifadə olunan metod və vasitələri aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar:

1. *Texniki yeniliklərin yayılmasının şüurlu surətdə məhdudlaşdırılması.* Bunu firma özü həll edə bilər: patent verən ölkədə ondan istifadə etsin, yoxsa digər maraqlanan firma tərəfindən ona lisenziya verilməsini rədd edərək müstəqil surətdə ancaq özü bəhrələnsin.

2. *Bir rəqib kimi lisenziyanın (lisenziya alanın) əməliyyatlarının məhdudlaşdırılması.* Bu halda lisenziya alıcısının hüququ aşağıdakı kimi məhdudlaşdırılır:

a) lisenziyalaşdırılmış texnologiyanın istifadəsi üzrə, əvvəla, müvafiq patentin fəaliyyət müddəti bitdikdə texnologiyadan istifa-

dəni qadağan etmək; ikincisi, lisenziya satanın texnologiyada qazandığı (nail olduğu) təkmilləşdirmələrin hamısının lisenziya alan tərəfindən hökmən satılacağını öncədən xəbərdarlıq etmək;

b) lisenziyanın (lisenziya alanın) ticarət fəaliyyətinin sərbəstliyini məhdudlaşdırmaq, istehsalın səviyyəsi barədə göstəriş vermək, bazarda imkanını (payını) müəyyənləşdirmək, qiymət imkanlarını (qiymət limitini) nəzərə almaq, onunla rəqabətdə olan məhsulun istehsalı ilə məşğul olmağı qadağan etmək, lisenziyalaşmış məhsulun ixracına limit qoymaq, lisenziyanın dəyərinin lisenziya alanın səhmləriylə ödənilməsini tələb etmək, lisenziat tərəfindən müəssisənin idarə olunmasında iştirak etmək;

v) ödəniş rejimi qeydiyyatdan keçməmiş patentlər üçün ödənişin tələb olunması, ödənişin vaxtaşırı tutulması, ödənişə zamanət məbləğinin qoyulması.

3. *Xalis patent bazası əsasında inhisar ittifaqlarının yaradılması.*

4. *Patentlər "pulu"nun yaradılması.* Qeyd edilməsi yerinə düşərdi ki, işgüzar praktikanı "pul" vasitəsilə də məhdudlaşdırmaq halları olur ("pul" inhisarın növlərindən biridir. Məsələn, Kanadada, ABŞ-da, Avstraliyada fermer korporasiyası).

Patentlər "pulu"nun əsasını öz patentlərilə lisenziyaların autsayderlər üçün qapalı bir blokda cəmləşdirilməsi təşkil edir. Nəticə etibarilə kənar rəqabətdən bloklaşdırılan xeyli sənaye sahələri olur ki, bu blokun da, yəni "pul"un üzvləri həm bazarda, həm də qiymətqoymada müstəqillik alırlar. Məsələn, ABŞ-da şüşə və tütün sənayesində, antibiotiklərin, səhiyyə avadanlığının, radiotexnikanın istehsalında, ayaqqabı sənayesi üçün maşınlar istehsalında milli patent "pul"ları fəaliyyət göstərir. Çox vaxt "pul" iştirakçıları patent və yaxud patentlər bloku ətrafında qruplaşaraq, beynəlxalq

kartel yaradırlar (məsələn, elektrolampa karteli). "Ceneral elektrik" və "Vestin hauz" beynəlxalq elektrik kartelində iştirak edirdilər. Buraya müxtəlif ölkələrin 40 firması daxil edilmişdir.

Rəqabətin məhdudlaşdırılmasının yuxarıda göstərilən vasitə və metodları transmilli korporasiyaya imkan verir ki, "texnologiya rentası"nı öz xeyrinə həll etsin və yenidən bölüşdürsün.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr transmilli korporasiyaya qarşı mübarizə aparır və çox vaxt aşağıdakı istiqamətlər üzrə texnologiyanın verilməsində qayda yaradılmasına nail olurlar:

- milli dövlətin öz maraqlarının mühafizə edilməsi (qorunması) tədbirlərindən istifadə olunması;

- bir regionda ayrı-ayrı ölkələrin güclərinin birləşdirilməsi;

- texnologiyanın satın alınması prinsiplərinin işlənib hazırlanması;

- texnologiyanın ötürülməsi (satılması) ilə əlaqədar məhdudlaşdırıcı şərtlərin aradan götürülməsi məqsədilə beynəlxalq təşkilatların imkanlarından istifadə edilməsi;

- texnologiyanın ötürülməsi sahəsində beynəlxalq əxlaqi (davranış) kodekslərin işlənib hazırlanması.

Texnologiyanın ötürülməsi (satılması) sahəsində beynəlxalq əxlaqi (davranış) kodekslərin hazırlanması həllinin zəruriliyi 1974-cü ildə BMT-nin Baş Assambleyası tərəfindən qəbul edilmişdir. Bu kodekslərin məqsədi ondan ibarətdir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrin transmilli korporasiyasının inhisarında olan texnologiya ötürmələrində (satılmalarında) bərabərhüquqlu iştiraketmə və beynəlxalq normalar düzgün müəyyənləşdirilsin.

Kodekslər layihəsinə aşağıdakılar daxil edilir: preambula (giriş); təyinatı və tətbiqi sferası; məqsədlər və prinsiplər; texnologiyanın

ötürülməsi üzrə razılaşmaların (sazişlərin) milli tənzimi; texnologiyanın ötürülməsi (satılması) sahəsi; tərəflərin öhdəlikləri (təəhüdüdləri) və məsuliyyəti; inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün xüsusi tənzimləmə; beynəlxalq əməkdaşlıq; beynəlxalq institusional (təsisat, üsul, sistem) və münaqişələrin həlli üzrə tətbiq edilən hüquqi mexanizm və sair şərtlər.

Kodeks layihəsinin tövsiyyə etmə, yaxud zəmanət verilmə sənədi kimi qəbul olunması qərara alınmışdır. Bundan əlavə, kodeksin obyektləri və tətbiqi sferaları üzrə razılaşma (saziş) da əldə edilmişdir. Onun obyektləri aşağıdakılar ola bilər:

- sırf texnoloji (texnologiya) razılaşmaları;
- texniki yardım göstərilməsi kimi nəzərdə tutulan razılaşmaların (sazişlərin) texnoloji məzmunu;
- istehsal kooperasiyası üzrə sazişlərin texnoloji məzmunu və i.a.

§ 3. Lisenziyalar və beynəlxalq lisenziyalaşdırma

Beynəlxalq elmi-texniki biliklər ticarəti "elmi-texniki biliklər ticarəti əməliyyatları" anlayışında təcəssüm olunmuş müxtəlif formaların və metodların tətbiqi sistemi kimi başa düşülməlidir. Elmi-texniki nəticələrin ticarət əməliyyatları nəinki elmi, eyni zamanda alış-veriş dəyərləri olan elmi-texniki tədqiqatların, istehsalın və işləmələrin nəticələrinin mübadiləsi ilə bağlıdır.

Burada mal şəklində intellektual əməyin məhsulu müxtəlif formalarda çıxış edir: patentlər, mal nişanları, sənaye nümunələri, nou-hau formalarında. Elmi-texniki biliklərin nəticələri alqı-satqı münasibətləri əsasında, beynəlxalq lisenziya sazişləri, elmi tədqiqatların və işləmələrin nəticələrinin istifadəsi əsasında, yaxud da

texniki xidmətlərin göstərilməsi barədə müxtəlif növ sazişlər formasında dövrüyyəyə daxil edilir. Predmetin xarakterindən və hüquqi əsasından asılı olaraq elmi-texniki biliklər ticarəti üzrə beynəlxalq əməliyyatlar iki növə ayrılır: a) patent və lisenziya ticarəti üzrə əməliyyatlar; b) texniki xidmətlər ticarəti üzrə əməliyyatlar.

Lisenziya və patentlər Patent və lisenziyalar üzrə beynəlxalq ticarət ixtiralarının, qabaqcıl istehsal texnologiyasının, texniki biliklərin və təcrübələrin realizasiyası (satışı) deməkdir. Həmin əməliyyatların əsasını patent qanunçuluğunun köməyi ilə ixtiranın mühafizəsi təşkil edir. Bu, patent sahibinə ixtiranın istifadə olunmasında qəti inhisar hüququ verir. Başqa sözlə, patentin istifadə müddəti ərzində həmin ixtira əsasında ancaq o, yəni patent sahibi malı istehsal edə bilər, tətbiq edə, yaxud da həmin məhsulun istehsalında müəyyən metodlar və üsullardan istifadə edə bilər.

Milli patent qanunçuluğu eyni zamanda öz ölkəsinin sənaye mülkiyyəti sahibkarlarına mal nişanı, sənaye nümunələri, faydalı modellər, firma adları və s. üzrə də bu cür hüquqlar verir.

İxtira üçün verilən patent Bu, həmin ixtiranın istifadəsi üçün inhisar hüququ olan ixtira sahibinə (şəxsə, yaxud şəxslər qrupuna) - ixtiraçıya səlahiyyətli orqanlar tərəfindən verilən şəhadətnamədir. Patent onun sahibinə ixtiranın mülkiyyətçisi titulu verir.

Müasir şəraitdə bütün ixtiralar patentləşdirilir. Buna görə də bazaraya çıxarılan yeni malların hamısı öncədən patenti olan mallardır.

Patentə malik olma müddəti hər ölkənin öz qanunvericiliyinə uyğun olaraq orta hesabla 15-20 il nəzərdə tutulmuşdur. Fəqət müasir şəraitdə patentin fəaliyyət müddəti xeyli azdır - 6-9 il. Bu, ilk

növbədə elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsi və rəqib firmaların köhnə ixtiraların qiymətdən salınması üçün müasir halların tez bir vaxtda qəbul edilməsi ilə bağlıdır. Belə olduqda patent sahiblərinin patenti uzun müddət ərzində saxlamaqda marağı olmur, çünki bu, patentin fəaliyyəti dövrü mütərəqqi artan verginin (rüsümün) tutulması ilə bağlıdır.

Qanunçuluğa görə, patent hansı ölkəyə verilibsə, ancaq orada da fəaliyyətdə olur. Buna görə də patentin mühafizəsini təmin etmək üçün həmin ixtira digər ölkələrdə yenidən patentləşməlidir. Xaricdə patentin mühafizəsi onun sahibinə patent sahibi məhsulunun həmin ölkənin (yeni patentləşdirən ölkənin) bazarına ixracı artırmağa, eyni zamanda həmin məhsula yüksək qiymət qoymağa imkan verir.

Patent sahibi öz patentini digər şəxsə (ölkəyə) də sata bilər, əlbəttə, patent sazişləri əsasında. Patentləri əsasən iri firmalar alır və beləliklə, autsayderlərin onların hökmranlıq sferasına daxil olmasını təcrid edir.

Lisenziya. Əgər patent sahibi patenti ixtiyarında olan mülkiyyət hüququnu saxlamaqla və ancaq müəyyən müddətə almaqla müvəqqəti olaraq başqasının istifadəsinə verirsə, bu halda söhbət ixtiranın istifadəsi üçün lisenziyanın alqı-satqısından gedə bilər. Bu, lisenziya əsasında həyata keçirilir. Lisenziya rəsmi icazə deməkdir. Ticarət təcrübəsində onun əsas iki növü vardır: a) ixracat və idxalat üçün lisenziya; b) patent lisenziyası.

Patentin və lisenziyanın xaricə satışı spesifik ticarət əməliyyatıdır. Obyekt isə, yuxarıda deyildiyi kimi, "görünməyən" mallardır.

İnkışaf etmiş ölkələrdə patent sisteminin əsas prinsipləri

Patent qanunçuluğu ancaq müəyyən tələblərə cavab verən patentləşdirilmiş ixtiranın mü-

hafizəsini nəzərdə tutur. Patent sisteminin prinsipləri aşağıdakılardır:

1. *İxtira hüququ*. İxtiraçı patentin qüvvədə olduğu dövr ərzində ixtiranın tam istifadəsi sferasında inhisar hüququna sahibdir.

2. *İxtiranın patent qabiliyyəti*. Bu o deməkdir ki, ixtira ancaq kompleks tələblərə cavab verdikdə, ona patent verilir. Patent qabiliyyətinin əsas kriteriyaları isə bunlardır: vəzifələrin texniki həlli; ixtiranın yeniliyi; ixtiraçılıq səviyyəsi; praktiki tətbiqi.

3. *Patent hüquqlarının ərazi məhdudiyyəti*. Bu - hər hansı bir patent hansı ölkəyə verilsə, ancaq o ölkənin ərazisində qüvvədə olduğunu nəzərdə tutur.

4. *Patentin verilməsi və qüvvədə saxlanması üçün rüsumun (verginin) ödənilməsi*. Bu rüsumların səviyyəsi çox yüksək olur, buna görə də patentin qüvvədə saxlanması çox xərc tələb edir. Bununla bağlı, ixtiraçıların vəsaiti çox olmadıqda öz ixtiralarını satmaq məcburiyyətində olurlar. Bundan əlavə, ixtiraçı, yaxud patent sahibi öz patentini hətta pulsuz olaraq başqasına verə bilər.

Lisenziyanın satılması həmin ixtiranın mal şəklində icarəyə götürülməsinə bərabərdir. Belə ki, ixtiranın sahibi onu müvəqqəti istifadə olunması üçün satır (verir) və patent hüququnu özündə saxlayır.

Lisenziyanın əldə edilməsinin əsas şərtləri çoxcəhətlidir. Əvvəla, bilməliyik ki, lisenziyanın satışı yuxarıda göstəriləyi kimi, onun bir mal kimi icarə edilməsinə bərabər tutulur. Çünki ixtiranın, yəni elmi-texniki biliklərin sahibi, onları lisenziyanı əldə edə-

nə müvəqqəti olaraq verir; ikincisi, lisenziya verənin malı bazarda olan mallara nisbətən yüksək səviyyəli rəqabət qabiliyyətinə malik olmalıdır; üçüncüsü, verənin (satanın) lisenziyasının texnologiyası eyni məhsula nisbətən əlavə mənfəət gətirən məhsul olmalıdır; dördüncüsü, lisenziya sazişləri bağlanarkən obyektin seçilməsinin əsas kriteriyası aşağıdakılar olmalıdır: ixtiranın və işləmələrinin yüksək elmi-texniki səviyyəsi; hazırlanan məhsulun maya dəyərinin aşağı olması və s.

§ 4. Beynəlxalq lisenziyalar ticarətinin xüsusiyyətləri

Beynəlxalq lisenziya əməliyyatlarının az da olsa malların alqı-satqısı əməliyyatlarından fərqi vardır. Bu fərqlər aşağıdakılarla şərtlənir:

a) lisenziya əməliyyatlarının obyektləri. Bir qayda olaraq ixtiralar, qabaqcıl texnologiya təcrübələri və s. bazarlara birbaşa, yəni bazarı öyrənmədən çıxarılır;

b) alqı-satqı sazişlərindən fərqli olaraq, lisenziyanın satılmasında (verilməsində) lisenziyanın (satanın) marağı çox vaxt xalis alış-veriş məqsədi deyil, xarici bazarda möhkəm mövqe tutması cəhdindən irəli gəlir. Bu, öz tərəf müqabili ilə uzunmüddətli əlaqələr saxlamaq məqsədinə əsaslanır;

v) əgər alqı-satqı prosesində mal tamamilə öz sahibindən təcrid edilirsə, lisenziya əməliyyatlarında tam təcrid olunma halları adətən baş vermir. Çünki lisenziya ixtirayarındakı olan mülkiyyətçiliyini özündə saxlayır;

q) lisenziya əməliyyatlarında lisenziya ancaq "istehsal üsulu" hüququ keçir. Lisenziyanı satarkən iqtisadi nəticə elmi-texniki həl-

lin təsərrüfat məqsədilə istifadəsi üçün ödənc (istifadə haqqı) kimi "texnoloji" renta çıxış edir. Bu ödənc lisenziya qiymətinin tərkib hissəsidir.

Müasir şəraitdə beynəlxalq lisenziyalaşdırma

Beynəlxalq lisenziya ticarəti ölkələr arasında elmi-texniki mübadilənin başlıca formasıdır. Dünya bazarında patent ticarəti bir o qədər də çox əhəmiyyətli rol oynayır, çünki elmi tədqiqatların mürəkkəbləşməsi və istehsalda onların nəticələrinin tətbiqinə olan tələbatın artması təkcə patentin əldə edilməsi, onda təcəssüm olunan elmi-texniki biliklərin effektiv istifadəsini təmin edə bilməz. Lazımdır ki, patentləşdirilən məhsulun istehsalı zamanı praktiki olaraq ancaq patent sahibinin bildiyi istehsal sirləri hüququ da verilsin. Bu hal ona gətirib çıxarır ki, müasir şəraitdə beynəlxalq patent ticarəti öz yerini lisenziya ticarətinə verəsi olur.

Beynəlxalq lisenziya ticarətinin fəvqəltəbii artımı bir sıra amillərlə, o cümlədən müasir şəraitdə elmin, elmi-texniki tərəqqinin inkişafı, yeni məhsulun tezliklə bazara çıxarılmasına cəhd göstərilməsi, dünya bazarında rəqabət mübarizəsinin güclənməsi və s. bağlıdır. Ölkələr arasında azad mal mübadiləsinə mane olan proteksionizmin (himayəçiliyin) artması ilə bağlı mübarizə aparmaq üçün beynəlxalq lisenziyalaşdırma perspektivli və təsirli transmilli korporasiyaların ən çətin və mürəkkəb bazarlara soxulması və onları əldə etməsi üçün əsas oldu.

Bu siyasətin mühüm metodu lisenziyaların öz filiallarına və qız şirkətlərinə (firmalarına) satmaqdır. Məsələn, ABŞ firmaları bütün lisenziyalarının 80%-ni özlərinin xarici filiallarına və qız şirkətlərinə satırlar. Bu, onlara transmilli korporasiyalara yeni malların istehsalının tez səhmana salınmasına imkan verir.

Daxil olma çətinliyi ilə səciyyələnən bazarlara girişdə mühüm vasitələrindən biri lisenziya satışdır. Məqsəd investisiya qoyuluşunu genişləndirmək və xaricdə fəaliyyətdə olan müəssisələrdə payçı kimi iştirak etməkdir.

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma eyni zamanda xarici ölkələrdə olan, yaxud baş verə biləcək ticarət-siyasi səddləri keçmək vasitəsidir. Bu vasitələrdən ən başlıcası digər ölkədə lisenziya üzrə buraxılan məhsulun həmin ölkədə böyük rəqabət qabiliyyətinə malik olmasının təmin edilməsidir.

Lisenziya satışı eyni zamanda iri şirkətlər tərəfindən dünya bazarlarında rəqabəti məhdudlaşdırmağa və onların özlərinin inhisar vəziyyəti almasına imkan verir. Buna lisenziya sazişlərində ərazi şərtlərini əlavə etməklə nail olunur.

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma həm də firmanın mal ixracatının birbaşa genişləndirilməsi məqsədilə tətbiq edilir.

Beynəlxalq lisenziya ticarətinin genişləndirilməsinin mühüm amillərindən biri də bu əməliyyatların həyata keçirilməsində həm lisenziyaların, həm də lisenziatın alqı-satqı maraqlarıdır.

Beynəlxalq lisenziya ticarətinin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayan cəhətlərdən biri də siyasi amillərdi, xüsusən, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bilavasitə kapital qoyuluşunun milliləşdirilməsi amilidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq lisenziya ticarətinin geniş inkişaf etdirilməsində mənfi nəticələr də ola bilər. Məsələn, lisenziar öz elmi tədqiqatlarını azaltmaq məcburiyyətində qaldıqda xarici texnikadan və texnologiyadan tam asılı vəziyyətə düşür.

Beynəlxalq lisenziya ticarətinin həcmi, istiqaməti və strukturu konkret ölkədə elmi tədqiqatların və işləmələrin inkişafı dərəcəsi-

lə müəyyən edilir. Buraya eyni zamanda onun xarici iqtisadiyyatının və maliyyəsinin ekspansiyasını (genişləndirilməsini) də aid etmək olar.

Beynəlxalq lisenziya əlaqələri sənayenin tərəqqi etməkdə olan yeni və mühüm sahələrində, o cümlədən kimya, elektrotexnika, ümumi maşınqayırma sahələrində xüsusilə geniş yayılmışdır.

§ 5. Beynəlxalq lisenziya mübadiləsi sazişlərinin növləri və məzmunu

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma üzrə əməliyyatlar aşağıdakı müqavilələr və sazişlər vasitəsilə həyata keçirilə bilər:

a) beynəlxalq lisenziya sazişi. Bu sazişin obyektini ixtira, habelə nou-hau və mal nişanı üçün lisenziya olur;

b) beynəlxalq alqı-satqı müqaviləsi. Müqavilədə texnoloji proses haqqında əlavə informasiya ilə yanaşı, lisenziya da nəzərdə tutulur. Həmin müqavilədə avadanlıq, ehtiyat hissələri hazırlamaq, həmçinin avadanlığın təmir etmək üçün konstruktör sənədlərinin müəyyən bir hissəsi göstərilir;

v) lisenziyanın satışı və avadanlığın göndərilməsi üzrə kombinasiya edilmiş müqavilə;

q) sənaye obyektlərinin layihələşdirilməsi və tikilməsi barədə beynəlxalq müqavilə;

d) elmi-texniki əməkdaşlığa dair beynəlxalq müqavilə;

e) sənaye əməkdaşlığı üzrə beynəlxalq müqavilə.

Beynəlxalq lisenziya sazişinin məzmunu Lisenziya razılaşmaları (sazişləri) nəticədə etibarilə lisenziya veriləcək məhsulun istehsalın təşkilini, lisenziya olunacaq pro-

sesin istifadəsilə birlikdə kompleks münasibətləri əlaqələndirir. Bu kompleksə qarşılıqlı elmi-texniki münasibətlərlə yanaşı, maliyyə münasibətləri, məhsulun satışı, müəssisənin idarə olunması ilə bağlı istehsal münasibətləri də daxildir.

Beynəlxalq ticarət praktikasında birtipli lisenziya razılaşmalarının bir çox variantı hazırlanmışdır ki, bunlar da tərəflər arasında konkret sazişlərin hazırlanması əsasını təşkil edir. Lisenziya razılaşmaları formalarının tipləşdirmə imkanı konkret sazişlərin rəsmiləşdirilməsini asanlaşdırır və sürətləndirir. Belə ki, bu sazişlərin işlənilib hazırlanması uzun və mürəkkəb proses olmaqla yanaşı, məhsulun satışı üzrə mühəndisdən tutmuş elmi işçilərə və mütəxəssislərə, patentşünaslara, hüquqşünaslara və s.-dək müxtəlif ixtisasçıların iştirakını tələb edir.

Birtipli lisenziya sazişləri BMT-nin komissiyaları, sənaye firmalarının sahəvi assosiasiyaları, ayrı-ayrı firmalar tərəfindən işlənilib hazırlanır.

Beynəlxalq lisenziya sazişlərinin məzmunu aşağıdakı əsas şərtlərdən ibarətdir:

- sazişdə iştirak edən tərəflər;
- preambula;

- sazişin predmeti. Müasir şəraitdə beynəlxalq lisenziya sazişinin predmeti və patentləşmiş ixtira, yaxud texnoloji proses, texniki biliklər, nou-hau və mal nişanələridir. Bunlardan istifadə hüququnun lisenziyata verilməsi sazişləri daha səciyyəvi və tipikdir;

- lisenziyanın növü. Lisenziya ticarəti praktikasında lisenziyanın üç növü qəbul edilmişdir: qeyri-müstəsna (sadə), müstəsna, qeyri-məhdud.

Qeyri-müstəsna lisenziya sadə lisenziya adlanır. Bu növ lisenzi-

ya halında olan lisenziar lisenziata icazə verir ki, ixtiranı, yaxud istehsal sirlərini müəyyən şərtlərlə istifadə etsin. Bu halda o, yəni lisenziar həm onlardan istifadə etmək hüququnu, həm də analoji şərtlərlə digər marağı olan şəxsə (firmaya) lisenziya vermək hüququnu özündə saxlayır. *Müstəsna lisenziya* satılarkən lisenziar lisenziata ixtiranın və istehsal sirlərinin göstərilən şərtlər əsasında sazişdə qeyd edilən coğrafi ərazidə istifadəsinə müstəsna və inhisar hüququ verir. O ki qaldı *qeyri-məhdud lisenziyaya* bu növ lisenziya satılarkən sazişin qüvvədə olduğu müddət ərzində lisenziata həmin lisenziyadan istifadə üçün müstəsna hüquqlar verilir. Hətta əgər sazişdə göstərilibsə, lisenziat sublisenziyanı (vasitəli lisenziya) başqasının istifadəsinə də verə bilər.

- ödənişlər. Lisenziya sazişində göstərilən predmetdən - ixtira və sairədən istifadə etmək üçün lisenziat lisenziara müəyyən haqq (ödənc) verir. Lisenziatın ödəncləri forması müxtəlif olur. Hesablanması metodundan asılı olaraq onu iki qrupa ayırmaq olar: dövraşırı faiz ayırmaları və ilkin nağd ödənc; lisenziatın mənfəətində iştirak etmə; lisenziya sazişi üzrə lisenziarın vəzifələri (öhdəlikləri); lisenziya sazişi üzrə lisenziatın vəzifələri; lisenziyanın qüvvədə olma müddəti (15-20, bəzi hallarda 7-10 il).

§ 6. Beynəlxalq lisenziya ticarətinin təşkili

Xarici ölkələrə lisenziya satışının təşkili formaları və praktikası öz müxtəlifliyi ilə fərqlənir və lisenziya əməliyyatlarının həcmi və xarakteri, firmanın ticarət fəaliyyətində onların yeri, əhəmiyyəti və onun təşkilati strukturu ilə müəyyən edilir. Bu baxımdan bir neçə firmanın və agentliyin fəaliyyətinə diqqət yetirək:

Sənaye firmaları Bu firmalar lisenziya satışı üzrə bilavasitə əməliyyatlar həyata keçirmək üçün öz fəaliyyəti dairəsində lisenziya (patent) şöbəsi, beynəlxalq lisenziyalaşdırma və həmin lisenziyalaşdırma üzrə qız şirkətləri şəbəkəsi yaradır.

Lisenziyalaşdırma şöbələri (xidmətləri). Bu şöbələr iri həcmli elmi-tədqiqat işləri və öz ixtiralarını patentləşdirən iri şirkətlərdə yaradılır. Şöbələrin funksiyaları genişdir:

1. *Beynəlxalq patent və lisenziya ticarətinin öyrənilməsi.* Bu məqsədlə şöbə aşağıdakı informasiyaları toplayıb texniki xidmət və iqtisadi xidmət bölmələrinə, istehsalat bölmələrinə (şöbələrinə) verilməsi və firmanı maraqlandıran sahələrdə yeni texniki nailiyyətlər haqqında; rəqiblərin yeni patentləri barədə; ixtiralar bazarında tələbin vəziyyətinə dair; müxtəlif ölkələrdə lisenziyalaşdırma şərtləri barədə, o cümlədən, dövlət tənzimi, patent qanunçuluğu, valyuta nəzarəti, ödəncələrin verilməsi və s. tədbirlər barədə. Bundan əlavə, lisenziyalaşdırma şöbələri eyni zamanda lisenziya almağa maraqlı göstərən firmaları öyrənir, əlverişli lisenziya axtarır və seçir, lisenziyanın satılmasının məqsədəuyğunluğu haqqında tövsiyələr edir, zəmanət verir.

2. *Öz firmasının tədqiqatlarının və texniki vəziyyətlərinin nəticələri üzrə patentlərin mühafizəsinin təmin edilməsi.* Bu firmalar öz ölkəsində və xaricdə ixtiraları patentləşdirir, mal nişanlarını və sənaye nümunələrini qeydiyyatdan keçirir, patentlərə aid olan materialların və sənədlərin uçotunu aparır və firmasına dair digər müvafiq işləri görür.

3. *Patent və lisenziyaların alqı-satqısı üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi, lisenziyanın seçilməsi;* öncədən razılaşmaları aparılan lisenziyalaşma sazişlərinin bağlanması dövründə inzibati, hüquqi

və texniki işlərin uyğunlaşdırılması; lisenziya sazişi mətninin hazırlanması, lisenziya sazişinin imzalanması və texniki xidmətlərin (yardımın) təşkili; lisenziyanın lisenziatın ixtirasından istifadəsinə buraxılacaq məhsulun keyfiyyətinə, mal nişanəsindən istifadəsinə və lisenziya ödəmələrinin düzgün ödənilməsinə və s. nəzarət; bütün lisenziatlarla əlaqə saxlamaq və onları əlaqələndirmək; onların arasında təcrübə mübadilələri keçirmək və s.

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma bölməsi. Bu növ bölmələr bir qayda olaraq iri şirkətlərdə yaradılır. Şöbələrdən fərqli olaraq, bölmə həm də təsərrüfat müstəqilliyinə malikdir. Bu şirkətlərdə adətən, lisenziyalaşdırma sahəsində siyasətin istiqamətlərinin müəyyən edilməsi məsələləri ilə prezidentin simasında şirkətin rəhbərliyi məşğul olur.

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma üzrə qız şirkətləri. Bu növ şirkət isə iri sənaye şirkətinin "patent ekspansiyasının" (genişləndirilməsinin, yayılmasının) istinadgahı olur. Onların əsas funksiyası lisenziyanın satışı üzrə əməliyyatlar aparmaqdır.

İxtisaslaşdırılmış firmalar. İxtisaslaşmış firmalar kommersiya məqsədilə elmi-texniki fəaliyyətlə məşğul olan firmalardır. İxtisaslaşmış firmalar bir qayda olaraq ideya və patent almaq, onlara əlavələr etməklə yenidən hazırlamaq və işləmələrlə məşğul olur və elmi-texniki biliklərin geniş çeşidlərilə dünya bazarına çıxırlar. Bu firmalar son zamanlar geniş yayılmış və vençur firması adını almışdır.

Lisenziya və patent agentləri Lisenziya və patent agentləri (brokerləri) beynəlxalq lisenziya və patent ticarətində vasitəçi kimi çıxış edirlər. Onların xidmətlərindən fərdi patent sahibləri, kiçik və orta firmalar, habelə geniş miqyasda el-

mi-tədqiqat işlərilə məşğul olmayan iri firmalar istifadə edirlər. Bu agentlərin funksiyaları aşağıdakılardır: öz məmləkətində, hətta xaricdə sahibi adından ixtiraları patentləşdirmək; haqqının (müddətin) ödənilməsi üzərində nəzarət qoymaqla patenti mühafizə etmək; patent və lisenziyanın alınması-satılması işində vasitəçilik etmək; lisenziya (patent) sazişlərinin mətninin hazırlanmasında, ilkin razılaşmaların (danışıqların) aparılmasında, lisenziyanın ixtirasının həyata keçirilməsində vasitəçilik etmək, lisenziya sazişinin yerinə yetirilməsinə nəzarət etmək və i.a. Lisenziya satıcısı və alıcısı ilə agent arasındakı münasibətlər lisenziya agenti sazişi əsasında tənzimlənir. Lisenziya agenti həm alıcının, həm də satıcının maraqlarının təmsilçisi ola bilər. Bununla belə, öz müştərilərinin maraqlarını təmsil edən agentin eyni vaxtda onun müştərilərinin rəqibi sayılan digər firmaya xidmət göstərmək hüququ ola bilməz.

Lisenziya agentinin müxtəlif vəzifələri olur. Fəqət bunlar ancaq vasitəçilik, yaxud təmsilçilik funksiyalarıyla məhdudlaşır. Sazişdə agentin fəaliyyət dairəsi üçün də müəyyən ərazi ayrılır.

Lisenziya agentinin haqqı (əməyin ödənilməsi) onunla müştəri arasındakı razılaşmaların şərtindən asılıdır. Ödənc ixtiraya verilən lisenziyanın satıldığı andan fəaliyyətdə olduğu müddət ərzində lisenziyanın lisenziyanın satılması məbləğindən mükafat şəklində aldığı məbləğə nisbətən 10%-dən 15%-dək olur. Mükafatın miqdarı 40-50%-ə də çata bilər.

Lisenziya agenti sifətində ixtisaslaşdırılmış firmalarla yanaşı, vəkil firmalar, patentlərin işlənməsi üzrə mühəndis firmalar, assosiasiyalar da çıxış edə bilərlər.

Yoxlama üçün suallar

1. "Beynəlxalq elmi-texnoloji biliklər mübadiləsi" anlayışı və onun mahiyyəti.
2. Müasir şəraitdə beynəlxalq texnoloji biliklər mübadiləsinin xarakterik cəhətləri.
3. Texnologiyanın verilməsi (satılması) sahəsində rəqabətin məhdudlaşdırılması, normal işgüzar fəaliyyət təcrübəsi.
4. Patent və lisenziya anlayışları, onların mahiyyəti.
5. İnkişaf etmiş ölkələrdə patent və lisenziya sisteminin əsas prinsipləri.
6. Beynəlxalq lisenziya ticarəti və müasir şəraitdə beynəlxalq lisenziyalaşdırma.
7. Lisenziyalaşdırma sazişlərinin növləri və məzmunu.
8. Lisenziya sazişləri üzrə lisenziarın və lisenziatın vəzifələri.
9. Beynəlxalq lisenziya ticarətinin təşkili və təşkilati formaları.

XI FƏSİL. BEYNƏLXALQ MÜHƏNDİS-TİKİNTİ XİDMƏTLƏRİ MÜBADİLƏSİ

§1. Mühəndis-texniki xidmətlər üzrə beynəlxalq mübadilənin mahyyəti və əhəmiyyəti

Müasir dövrdə beynəlxalq mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsi dünya bazarında geniş yayılmışdı. Hətta inkişaf etməkdə olan bir sıra ölkələr də bu tədavül prosesinə qoşulmaqdadır. Mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsinin əsasını "injiniring" təşkil edir.

"Beynəlxalq inciniring" anlayışı və mühəndis-texniki xidmətlərin növləri. İnjiniring beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının bir növüdür. O, bir tərəfdən məsləhətçi, digər tərəfdən sifarişçi kimi adlanaraq, injiniring

müqaviləsi əsasında kompleks, yaxud ayrı-ayrı mühəndis-texniki xidmətlərin növləri üzrə göstərilməsini nəzərdə tutur. Bu xidmətlər obyektin layihələşdirilməsinin, tikilməsinin və işə salınmasının, sifarişçinin müəssisəsində yeni texnoloji proseslərin işlənilib hazırlanmasının, mövcud istehsal proseslərinin, hətta məmulatın istehsala tətbiqinin və satışının təkmilləşdirilməsi tədbirlərinin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

İnjiniring müqaviləsinə əsasən yeni obyektin tikilməsi üçün zəruri olan kompleks xidmətlərin göstərilməsinə və mal (məhsul) göndərmələrinə imkan verilməsinə *kompleks injiniring* deyilir. Kompleks injiniring mühəndis-texniki xidmətlərin üç növünü əhatə edir. Bunların da hər biri ayrılıqda müstəqil müqavilənin predmeti ola bilər. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

1. *Konsultativ (məsləhətçi) injiniring.* Bu, əsasən obyektin

layihələşdirilməsi, tikinti planının işlənib hazırlanması və işlərin aparılmasına nəzarət məqsədilə intellektual xidmətlərlə bağlıdır.

2. *Texnoloji injiniring*. Bu işə texnologiyanın, yaxud sənaye obyektinin tikilməsi və onun işə salınması, enerji təchizatı, su təchizatı və nəqliyyat üzrə layihələrin işlənib hazırlanması üçün sifarişçiyə zəruri texnologiyaların verilməsindən ibarətdir.

3. *Tikinti, yaxud ümumi injiniring*. Bu injiniringə avadanlığın göndərilməsi, qurğuların, mühəndis işlərinin quraşdırılması və bu qəbildən olan sair işlər aiddir. Yuxarıda göstərilən mühəndis-məsləhətçi xidmətlər, tədqiqatların nəticələri, texniki sənədlər, tikinti işləri üçün ilkin şərtlər, iqtisadi hesablamalar, smeta tövsiyyələri və i.a. şəklində verilir. Məsləhətçi xidmətlər sənaye layihəsinin realizə edilməsi məqsədilə bilavasitə idarəetmə ilə bağlıdır. Obyektlərin bilavasitə tikintisi isə mühəndis-texniki xidmətlər dairəsinə aid edilmir. Bu, istehsal-texniki əməkdaşlığa aiddir və BMT-nin müvafiq bölməsi tərəfindən işlənib hazırlanmış təlimat əsasında tənzim olunur.

Məsləhətçi injiniring hər hansı bir layihənin bütün mərhələlərini əhatə edir, yaxud da onun hər hansı bir mərhələsi kimi kifayətlənə bilər: məsələn, investisiya qabağı ilə. Bu halda "layihə" termini iş haqqında ümumi ideyanı xatırladır. Müqavilədə bu ideya konkretləşdirilməlidir. Layihənin bir hissəsini əhatə edən həmin müqavilə bir mərhələ kimi müvəffəqiyyətlə yerinə yetirildikdə, sonrakı mərhələlər üçün də bağlanıla bilər. Həmin mərhələlər aşağıdakılar kimi nəzərdə tutulur:

- a) *layihənin planlaşdırılması;*
- b) *layihəyə rəhbərlik;*
- v) *layihə tərtib edilərkən xidmətlərin təmin edilməsi;*

q) *maddi-texniki təchizat;*

ğ) *tikintiyə rəhbərlik;*

d) *obyektin işə salınması;*

e) *maliyyələşdirmənin təşkilinə yardım və s.*

Obyekt tikilərkən məsləhətçi aşağıdakı funksiyaları icra edir: sifarişçinin son tələbini müəyyən etmək və təkliflərini qiymətləndirmək üçün ona məsləhətlər verməklə kömək göstərir; tikintini həyata keçirən firmanın podratçısı sifətində iştirak edir; obyektin tikilməsi məqsədilə yaradılan konsorsiumun bir məsləhətçisi kimi onun üzvü sifətində özünü göstərir.

Beynəlxalq mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsinin əhəmiyyəti və inkişafı Mühəndis-texniki xidmətlər üzrə beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının sürətli inkişafı onların beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının

müstəqil bir növünün ayrılmasına səbəb oldu ki, bu da beynəlxalq injiniring bazarının təşəkkülünə və inkişafına stimül verdi.

İlk dəfə injiniring İngiltərədə mülki tikintidə yarandı. Bu, ancaq yolların, körpülərin, limanların, aerodomların tikilməsi, su və enerji təchizatı sistemlərinin, suvarma işlərinin yaradılması və bu kimi sair sahələrdə məsləhətçilik fəaliyyəti ilə məhdudlaşdı. Sonralar bu xidmətlər sənaye sahəsinə də yayıldı. ABŞ-da injiniring ancaq məsləhətçi xidmətləri göstərilməklə inkişaf etməyə başladı və ancaq daxili bazara xidmət göstərirdi. ABŞ injiniringinin geniş yayılmasına səbəb İkinci Dünya müharibəsi oldu. Bu dövrdə aerodomlar, yollar, limanlar, digər ölkələrdə hərbi obyektlər tikintisi geniş miqyas aldı. Bu işlər həm Amerikanın özəl mühəndis firmaları tərəfindən (hökumət sifarişləri üzrə), həm də Amerika ordusunun xüsusi bölmələri tərəfindən yerinə yetirilirdi.

İnjiniring sənayesi müharibədən sonrakı ilk illərdə digər inkişaf etmiş ölkələrdə də təşəkkül tapmağa başladı. Buna müxtəlif beynəlxalq təşkilatların, o cümlədən Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankının çox təsiri oldu. Ümumiyyətlə, beynəlxalq aləmdə injiniringin inkişafı bilavasitə iri xarici iqtisadi ekspansiya ilə bağlıdır - ilk növbədə Amerika transmilli korporasiyalarının ekspansiyası ilə inkişaf etmiş ölkələrdə geniş vüsət almışdır.

1950-ci illərin ikinci yarısından etibarən injiniringin inkişafında və onun müstəqil beynəlxalq ticarət işinə çevrilməsində yeni mərhələ başlandı. Belə ki, əgər əvvəlki mərhələdə injiniring ancaq texniki məsləhətlər verməklə bütün tikinti işləri firmapodratçılar tərəfindən yerinə yetirilirdisə, yeni mərhələdə mühəndis-texniki xidmətlər əsasən sənaye obyektlərinin tikilməsi ilə xarakterizə olunur. Bütün bunlar elmi-texniki tərəqqinin sürətli inkişafı ilə şərtlənir. Müasir şəraitdə injiniringin inkişafına təsir edən amillərdən biri də müstəqil iqtisadi inkişaf yoluna düşən ölkələrdə mühəndis-texniki xidmətlərə tələbin artmasıdır. Onlar məcbur olurlar ki, öz təbii resurslarını kəşf etmək və texniki işləmələr aparmaq, yanacaq-enerji bazasını genişləndirmək, ağır sənaye sahələri yaratmaq üçün xarici firmaların marağını artırınsınlar.

§ 2. Mühəndis-texniki xidmətlərin verilməsinə (satılmasına) dair beynəlxalq müqavilələrin əsas şərtləri

Mühəndis-texniki xidmətlərin göstərilməsinin xarakterindən asılı olaraq beynəlxalq təcrübədə müqavilələrin müxtəlif növlərindən istifadə olunur. Məsələn, mühəndis-məsləhətçi xidmətlərində həmin xidmətlər üzrə kontraktlar rəsmiləşdirilir, yaxud müəyyən

işini yerinə yetirmək üçün mütəxəssislərin ezamiyyə edilməsi üçün sazişlər bağlanılır.

Mühəndis-firmalar arasında bağlanan müxtəlif müqavilələrin ümumi şərtlərinin unifikasiyası və standartlaşdırılması əsasında beynəlxalq ticarət təcrübəsində injiniring xidmətlərinin yerinə yetirilməsi üçün birtipli kontraktın bir çox variantları hazırlandı. Bu tipli kontraktlar sırasında BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyasının Ticarətin İnkişafı Komitəsi tərəfindən işlənib hazırlanmış məsləhətçi-injiniring üzrə beynəlxalq müqavilələrin hazırlanması üçün öncədən işlənib bəyənilmiş əsasnamə, habelə müqavilə formalarının nümunələri daha çox maraq doğurur.

Məsləhətçi-injiniring üzrə beynəlxalq müqavilənin məzmunu Müqavilə əsasən ümumi xarakter daşıyan aşağıdakı şərtləri əhatə edir.

1. Tərəflər. Müqavilənin bu hissəsində tərəflərin adı, hüquqi vəziyyəti, müqaviləni bağlamaq üçün onların səlahiyyətli olması əks etdirilir.

2. Preambula. Burada tərəflərin məqsədləri və maraqları göstərilir, məqsədlərin hansı hüquqi qanuna əsaslandığı əks etdirilir.

3. Müqavilənin predmeti və qüvvədə olması müddəti.

4. Məsləhətçilik xidmətlərinin başlanması və bitməsi müddətləri.

5. Məsləhətçinin hüquq və vəzifələrinin başqasına verilməsi qaydası. Bir qayda olaraq məsləhətçi öncədən sifarişçinin razılıq məktubu olmadan öz hüquq və vəzifələrini başqasına verə bilməz.

6. Məsləhətçinin vəzifələri. Mühəndis-məsləhətçinin, yaxud ümumiyyətlə, məsləhətçinin vəzifələri müqavilə əsasında

müəyyənləşdirilir. Bunlar aşağıdakılardır: ümumi layihələşdirmə ilə əlaqədar olan ilkin iqtisadi-texniki əsaslandırma və tədqiqatlar aparmaq; sxemləri (çertyojları) və məsrəflər smetasını hazırlamaq və planlaşdırmaq; maliyyələşdirmə proqramını müəyyənləşdirmək və tərtib etmək; ilkin eskizləri hazırlamaq; layihə üzrə sənədləşdirməni, sxemləri və spesifikasiyaları hazırlamaq; obyektin tikilməsinə dair təklifləri dəyərləndirmək; podrat, oferent və qiymətlər üzrə bütün sifarişlər barədə sifarişçiyə məsləhət vermək; tikintiyə nəzarət etmək; avadanlığın hazırlanması və quraşdırılmasına nəzarət; podratçı üçün rəhbəredici təlimatlar və göstərişlər vermək; layihənin digər iştirakçılarının işlərini uyğunlaşdırmaq və i.a.

7. Sifarişçinin vəzifələri (öhdəlikləri). Məsləhətçinin vəzifələrində olduğu kimi, sifarişçinin də öhdəlikləri müqavilədə əsaslandırılmalıdır. Bu vəzifələr aşağıdakılardır: təlimatın tezliklə çatdırılması; sənədlərin, xüsusi biliklərin, iş otaqlarının, iştirakçıların və avadanlığın məsləhətçinin sərəncamına verilməsi; sənaye və sosial münasibətlər sahəsində yerli qanunçuluqlar barədə informasiyaların verilməsi; xüsusi xidmətlər göstərmək (geologiya, hidrologiya, meteorologiya və s. lazımı sahələrdə), yerlərdə məsləhətçiyə, habelə onun heyətinə və heyətin ailə üzvlərinə kömək göstərmək (məsələn, viza və icazə verilməsində, gömrük məsələlərində və s.) olar. Öncədən razılaşdırılmış şərtlərə uyğun surətdə məsləhətçinin bütün xidmətlərinin dəyərinin ödənilməsi, zərurət olduqda məsləhətçiyə bank təminatı verilməsi də sifarişçinin mühüm vəzifəsidir.

8. Tərəflər müqavilə öhdəliklərini yerinə yetirmədikdə. Müqavilənin yerinə yetirilməməsinə, xüsusən onun şərtlərini

pozan tərəf məsuliyyət daşıyır. Şübhəsiz ki, bu məsuliyyət maliyyə və sair cəza tədbirlərilə nəticələnmə bilər. Bəzi hallarda müqaviləni pozan tərəf üçün onun, yeni pozuntunun nəticəsi ya məhdudlaşdırılır, yaxud da istisna edilir (nəzərə alınmur). Tərəflər həm də müqavilənin lazımı qaydada yerinə yetirilməsinə mane olan fəvqəltəbii hallara istinadən razılaşırlar ki, həmin müqavilə öhdəçiliyini sonralar da yerinə yetirə bilərlər, yaxud da onun yerinə yetirilməsinin dayandırılmasına icazə verə bilərlər. Bu halda formal olaraq hüquqi nöqtəyi-nəzərdən müqavilə pozulmur və deməli, onun yerinə yetirilməməsinə tərəflər məsuliyyət daşıyırlar.

Əgər sifarişçi öz müqavilə öhdəçiliklərindən hansınısa yerinə yetirmirsə, məsləhətçi ondan öhdəçiliyin yerinə yetirməsini tələb edə bilər, yaxud da öhdəçiliyin yerinə yetirilməməsinin qarşısını almaq üçün bu səbəbdən dəyən zərərin kompensasiyası da daxil edilməklə, hər hansı bir tədbirə əl atmağa məcbur olacaqdır. Məsləhətçi sifarişçi tərəfindən həmin öhdəçiliyi yerinə yetirmədiyi üçün ona əlavə vaxt da verə bilər. Tərəflər özləri müqavilədə öncədən müəyyən etməlidirlər ki, sifarişçi vaxtı uzadılmış ödəmələr üçün faiz verməlidir, ya yox. Əgər sifarişçi uzadılmış vaxt ərzində öhdəçiliyini yerinə yetirmirsə, məsləhətçiyə müqaviləni ləğv etmək hüququ verilir.

9. Müqavilə öhdəçiliklərinin yerinə yetirilmədiyinin nəticələrinə görə məsuliyyətdən azad olunma. Beynəlxalq ticarətdə bu hal forsmajor vəziyyəti¹ Bu halda tərəflər öz müqaviləsində öhdəçiliyin yerinə yetirilməsi nəticələrindən irəli gələn məsuliyyətdən azad

¹ Форс-мажор - фəвгəладə вəзијјət, јəни габагчадан нəзərə алына билмəјән вə ја һеч бир тəдбирлə гаршысы алына билинмəјән вəзијјət дэмəкдир.

olması vəziyyətini dəqiqləşdirməlidir. Əlbəttə, müharibə, yanğın, təbii fəlakət, embargo və i.a. kimi hallar istisna edilir.

10. Məsləhətçinin haqqının (ödəncinin) hesablanması metodları. Məsləhətçinin ödəncələrinə aşağıdakılar daxildir: müxtəlif məsrəflərin (texniki heyətə əmək haqqı və inzibati heyətin işi ilə bağlı məsrəflər, əlavə ödəncələr, vergilər, sair xərclər) ödənilməsi və onun müvafiq xalis gəliri. Bir qayda olaraq, injiniringlə əlaqədar məsrəflər müqaviləyə cdilən "əlavələr"də göstərilir. Adətən, məsrəflər bir və yaxud uyğunlaşdırılmış surətdə iki və daha çox metod əsasında hesablanır. Bunlar aşağıdakılardır:

a) *Vaxt*. Buraya məsləhətçinin sifarişçiyə göstərəcəyi xidmətlərin müddəti və müstəqim xərclərin ödənilməsi aiddir. Tərəflər aylıq, həftəlik, birgünlük, birsaatlıq tarifləri müəyyən edir, habelə işçi heyətinin hamısına əlavə ödəncələr verilməsi nəzərdə tutulur.

b) *İşçi qüvvəsi dəyərinin hesablanması*. Bu metod "layihəyə sərf edilmiş işçi qüvvəsinin dəyəri vurulsun əlavə xərclərə və üstəgəl sərf olunan müstəqim xərclər" üsulu əsasında hesablanılır. Metod çox vaxt layihələrin işlənilib hazırlanması ilə əlaqədar olan tədqiqatlar aparılarkən və bununla yanaşı əsas xidmətlər göstərilərkən məsləhətçilərin xidmətinin pulla ödənilməsi üçün istifadə olunur;

v) *Tikinti obyektinin tikilməsi dəyərindən faiz payı*. Həmin metod məsləhətçilər tərəfindən müxtəlif qurğular layihələşdirdikdə və sxemlərin, texniki tələblərin və s. müqavilə sənədlərinin hazırlanması lazım gəldikdə onların haqqının ödənilməsi üçün geniş yayılmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, texniki-iqtisadi əsaslandırma və obyekt işə salınarkən kömək göstərilməsi kimi,

yaxud kadrlar hazırlığı kimi bir-birilə əlaqədar xidmətlərin dəyərləri bunlara aid edilmir. Faiz payı əsasında məsləhətçiyə veriləcək məbləğ dəqiq hesablamalar göstərilməklə müqavilədə əks etdirilir.

q) *dəyər üstəgəl faiz haqqı, yaxud dəyər üstəgəl təsbit edilmiş haqq (ödənc)*. Bu metoda uyğun olaraq məsləhətçiyə onun xidmətlərilə əlaqədar faktik xərclərin əvəzi ödənilir. Faktik xərclər üç ünsürdən ibarətdir: işçi qüvvəsinin dəyəri - əmək haqqı üstəgəl sosial sığorta; əlavə xərclər, hansı ki, çox hallarda işçi qüvvəsi dəyərindən faizlə ifadə olunur. Faktiki xərclərə məsləhətçinin təsbit edilmiş haqqı (ödənci) də əlavə edilir. Bu, yəni ödənc iş qüvvəsinin və əlavə xərclərin (məsələn, nəzərdə tutulmadığı halda baş vermiş xərclər üçün, iş vaxtından tez yerinə yetirməsi üçün və mənfəət şəklində) məcmu dəyərlərindən faizlə ifadə olunur.

ğ) *ilkin qonorar*. Bu metoddan o zaman istifadə edilir ki, müəyyən dövr ərzində məsləhətçinin xidmətindən vaxtaşırı istifadə olunması lazım gəlir. Sifarişçilər həmin metoddan çox hallarda tərəflər arasında mübahisəli məsələlər, məsələn, tikintidə, quraşdırma işlərində və i.a. baş verdikdə istifadə edirlər.

İlkin qonorarın qədəri sifarişçiyə göstəriləcək xidmətlərin növünə və dəyərinə görə hesablanır. Qonorar ya müqavilənin qüvvədə olduğu bütün müddət üçün, ya aylar üzrə, ya da hansısa qarşılıqlı razılaşmalar (saatlar, günlər hesabı ilə) verilir. İlkin qonorara yuxarıda göstərilən metodlar əsasında hesablanmış ödənci (əmək haqqını) tamamlayan kompensasiya kimi baxıla bilər.

Layihənin və məsləhətçi ödəncinin (əmək haqqının) dəyərinə bir sıra amillər təsir göstərə bilər, o cümlədən, layihəyə verilən

dəyişikliklər, modifikasiyalar və əlavələr kimi düzəlişlər; xammalın qiymətinin və xidmətlər tarifinin dəyişilməsi; əmək haqqının dəyişilməsi və s. Bununla bağlı müqavilələrdə bu bərdə xüsusi qeydiyyatlar əks etdirilməlidir.

d) *Sibməsləhətçinin ödənci (əmək haqqı)*. Sifarişçi ilə məsləhətçi arasında bağlanmış müqavilə eyni zamanda subməsləhətçinin haqqını da nəzərdə tutur. Lakin əgər belə bir xüsusi hal yoxdursa, bu halda subməsləhətçinin haqqı məsləhətçi tərəfindən ödənilir. Subməsləhətçinin ödənci ilə yanaşı, məsləhətçi bir qayda olaraq subməsləhətçinin hesablarını ödəyərkən əlaqələndirmələrə, nəzarətə və məsuliyyətə görə çəkdiyi xərcləri ödəmək üçün kompensasiya da alır.

e) *valyuta, ödəniş yeri və mübadilə kursu*. Məsləhətçinin ödənci valyuta ilə verilir. Tərəflər arasında öncədən aparılan razılaşmalar əsasında ödəniş bir neçə adlı valyutalarla da verilə bilər. Bunun üçün tərəflər bağladığı müqavilədə ödənişin yerini, məsələn, bankın adını və ünvanını göstərməlidirlər. Bununla bağlı, tərəflər müqavilədə valyutaların mübadiləsi kursunun qeydiyyatını da nəzərdən qaçırmamalıdır.

11. Vergi qoyma, digər rüsumlar və kömrük vergisi. Bunların təyinatına və sair məsələlərinə oxucu suallarıyla nəzər salmaq: hansı vergilər və rüsumlar ödənilməlidir və hansı tərəf bunları verməlidir, eyni halda iki dəfə vergi qoymaq olarmı? vergi verməkdən azad olmaq olarmı?

Ödəniləcək vergilərin müxtəlif növləri vardır: dövrüyyədən vergi; əlavə dəyər vergisi və mənfəətdən vergi; korporasiyaların gəlirindən vergilər; şəxsi gəlirdən vergilər və ayrı-ayrı yerli vergilər (məsələn, dəbdəbəli və zinət şeylərinin satışından vergi,

tikintiyə vergi və i.a.). Müxtəlif səbəblərdən məsləhətçiyə aid edilən digər rüsumlardan aşağıdakıları da misal gətirmək olar: müqavilələr, hesab-fakturalar və digər sənədlər üzrə gerb rüsumu;¹ iş vaxtından artıq görülən işlərlə, nəqliyyat və sosial təminatla bağlı məsrəflər və həyatın xaricdə işləməsilə əlaqədar xərclər.

Eyni halda iki dəfə vergi qoyulmaqdan azad edilmə, bir qayda olaraq, marağı olan ölkələr arasında bağlanılan müvafiq müqavilələrlə tənzimlənir. O ki qaldı kömrük vergisinə (rüsumuna), bu vergi də öncədən müqavilələrdə göstərilir.

12. İntellektual mülkiyyət və patentləşdirilmiş informasiya. Tərəflər öncədən qərarlaşmalıdırlar ki, əsaslandırılmış texniki sənədlər digər layihələrin və yaxud həyatda tətbiqini tapmış layihələrin genişləndirilməsi üçün yenidən istifadə edilməsi mümkündürmü? - əgər buna hər iki tərəf razılıq verərsə. Bir halda ki, təkrarən istifadə etmə eyni zamanda EHM proqramları ilə və digər analogi elementlərlə də bağlı olacaq. Bu halda tərəflər müqavilədə müəyyənləşdirməlidirlər ki, məsləhətçinin müəlliflik hüququnu EHM proqramına daxil edirləmi və əgər buna razılıq müsbətdirsə, hansı məqsədlə olunduğunu da göstərmək lazımdır. Bununla bağlı tərəflər məsləhətçi tərəfindən işlənmiş proqramın sifarişçi tərəfindən istifadə olunmasına qoyulacaq məhdudiyyətləri göstərməlidirlər. Burada söhbət patent və lisenziyalardan, ixtiralar və onların təkmilləşdirilməsindən, məxfilikdən, sığorta olunmasından və sairədən gedir.

Digər beynəlxalq müqavilələrdə olduğu kimi, məsləhətçi injiniring müqaviləsi də aşağıdakı şərtlərlə tamamlanır. Bu şərtlərin məzmunu əsasən digər müqavilələrdə göstərilən şərtlərin

¹ Gerb rüsumu - sənədlərdən alınan dövlət rüsumuna deyilir.

analoqudur:

a) müqavilənin qüvvəyə minməsi; b) müqavilə faliyyətinin dayandırılması; v) texniki standartların tətbiqi; q) qanunun və bununla bağlı məsələlərin tətbiqi.

Sifarişçi və mühəndis-məsləhətçi arasında Bu şərtlər aşağıda-
beynəlxalq müqavilənin bəzi ümumi şərtləri kılarla xarakterizo
olunur:

1. *Müqavilənin predmeti.* Texniki məsələlərə dair məsləhətlər, texniki obyektlərin layihələşdirilməsi və onların tikintisinin gedişatının müşahidə edilməsi də daxil olmaqla, injiniring tipli istənilən növ işin mühəndis-məsləhətçi tərəfindən yerinə yetirməsi həmin müqavilənin predmetini müəyyənləşdirir.

2. *Sifarişçinin və mühəndis-məsləhətçinin hüquq və vəzifələri.* Müqavilənin bu şərtində nəzərdə tutulur ki, mühəndis-məsləhətçi sifarişçi ilə podratçı arasında öz peşəsi (sənəti) məsələlərində vicdanlı məsləhətçi və qərəzsiz vasitəçi kimi fəaliyyət göstərməlidir. Sifarişçi öz növbəsində üzərinə götürdüyü vəzifələri yerinə yetirmək üçün podratçıya zəruri olan bütün məlumatları verməlidir. Mühəndis-məsləhətçinin vicdanlılığına və qərəzsizliyinə təminat verilməsi üçün müqavilədə göstərilir ki, onun yeganə ödənci (əmək haqqı) müqavilədə qeyd edilmiş məbləğdir. O, həmin məbləğdən heç bir ticarət güzəştləri, faizi və qeyri-müstəqim ödənişlər almamalıdır. Müqavilədə həmçinin göstərilir ki, mühəndis-məsləhətçinin digər məsləhətçilərin və ekspertlərin köməyinə müraciət etmək hüququ vardır. Bu halda əgər sifarişçinin yazılı formada buna razılığı varsa, bununla bağlı məsrəflər sifarişçinin hesabına ödənilir.

§ 3. Beynəlxalq mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsinin təşkili

İnkişaf etmiş ölkələrdə injiniring tipli işləri yerinə yetirən minlərlə firma və təşkilatlar var. Məsələn, ABŞ-da 25 min müxtəlif çoxprofilli və fəaliyyət həcmli belə firmalar fəaliyyətdədir. Onlardan bəziləri olduqca darixtisaslıdır - öz işlərini xüsusi məsələlər üzrə məhdudlaşdırırlar. Məsələn, yer sahəsi seçmək, balanslar tərtib etmək, arxitektura rəsmlərini müəyyənləşdirmək və s.

Bununla belə, ABŞ üçün firma - nəhənglər də səciyyəvidir. Belə firmalar tikinti injiniringi işlərini yerinə yetirir və müvafiq obyektə tikmək üçün bütün funksiyaları öz üzərinə götürür. Beynəlxalq təcrübədə injiniring tipli işi yerinə yetirən ikikateqoriyalı firma vardır: ixtisaslaşmış injiniring firması və sənaye firmaları.

İxtisaslaşmış injiniring firması. Təklif etdikləri xidmətlərin növündən asılı olaraq ixtisaslaşmış injiniring firmaları iki qrupa ayrılır: mühəndis-məsləhətçi və mühəndis-inşaatçı.

Mühəndis-məsləhətçi firmalar məsləhətvermə sifətində texniki xidmətlər göstərir. Onların özləri nə istehsal, nə də tikinti ilə məşğul olur. Lakin fəaliyyət dairələri çox genişdir. Buraya mülki tikinti də (limanlar, aerodomlar, nəqliyyat magistralları, şaxtalar, şəhər tikintisi) və spesifik texnoloji proseslər istifadə edilən sənaye obyektləri də aiddir. Əlbəttə, ancaq məsləhət vermək məqsədilə.

Mühəndis-inşaat firması isə bir qayda olaraq obyektin layihələşdirilməsi, avadanlığın göndərilməsi, avadanlığın quraşdırılması və işə salınması işləri də daxil olmaqla, tam mühəndis-texniki xidmətlər kompleksini yerinə yetirir. Bu firmalar çox vaxt

obyektin baş podratçı funksiyalarını öhdələrinə götürür və eyni zamanda bu işə maşınqayırma və tikinti şirkətlərini submalgöndərən¹ sifətində cəlb edirlər.

ABŞ, İngiltərə, Hollandiya, Yaponiya və sənayecə inkişaf etmiş sair ölkələrin iri mühəndis-injiniring firmaları xaricdə firmalar yaradıblar ki, bunlar da iri həcmli injiniring işləri yerləşdiyi məkanlarda fəaliyyət göstərirlər.

Həyata keçirdikləri təsərrüfat əlaqələrinin növləri və formalarından asılı olaraq ixtisaslaşmış injiniring firmaları müstəqil və qohum sənaye şirkətlərinə bölünür. Müstəqil ixtisaslaşmış firmaların sənaye şirkətləri ilə qohumluq münasibətləri olmur. Onlar müstəqil fəaliyyət göstərirlər. Fəqət təcrübədə belə bir qohumluq münasibətlərinə də rast gəlinir.

İxtisaslaşmış qohum injiniring firmaları injiniring fəaliyyəti ilə məşğul olan iri baş podratçılara məxsus firmalar, yaxud da qız şirkətləridir.

Sənaye şirkətləri Sənaye firmaları injiniring tipli işlər yerinə yetirən ikinci kateqoriyalı firmalara aiddir. Bir qayda olaraq onları şirkət-layihəçi və müəyyən sənaye sahələri üçün avadanlıq istehsal edən şirkət kimi fərqləndirirlər.

Şirkət-layihəçi istehsalın sirrini saxlamaq şərtilə, istehsalın genişləndirilməsi, yaxud yenisinin yaradılması məqsədilə texnoloji layihələşdirmə ilə məşğul olur. Bunu şübhəsiz ki, özlərinin xüsusi patentləri və "nou-hau" əsasında edirlər.

Avadanlıq istehsal edən şirkət üçün injiniring tipli işin yerinə yetirilməsi əsas məhsulun satışının artırılmasına xidmət göstərir.

¹ Sənaye, tikinti sahələrinin qeyri-əsas məhsullarının göndərilməsi nəzərdə tutulur.

Söhbət iri qurğuların layihələşdirilməsindən, avadanlığın hazırlanmasından gedir.

Mühəndis-texniki xidmətlərin göstərilməsi üzrə əməliyyatlar həyata keçirmək üçün sənaye transmilli korporasiya öz nəzdində konstruktör şöbəsi, yaxud layihələşdirmə bürosu yaradır.

Bəzən injiniring tipli xidmətlər göstərən firmalar iri obyektlərin tikilməsi barədə söhbət gedəndə, müvəqqəti, yaxud uzunmüddətli konsorsiumlar təşkil edirlər. Bu konsorsiuma həm milli, həm də xarici şirkətlər daxildir. Bir qayda olaraq, bu cür konsorsiumlar bütün konsorsiumun fəaliyyətinə məsuliyyət daşıyan baş podratçı ilə əlaqə saxlamaqla, bank tərəfindən maliyyələşdirilir.

Təkrar üçün suallar

1. "Beynəlxalq injiniring" anlayışı və mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsinin əhəmiyyəti.
2. Mühəndis-texniki xidmətlər üzrə beynəlxalq müqavilələrin məzmunu və əsas şərtləri.
3. Sifarişçi və mühəndis-məsləhətçi arasında beynəlxalq müqavilənin bözi ümumi şərtləri.
4. Mühəndis-texniki xidmətlər üzrə beynəlxalq mübadilənin şərtləri.

XII FƏSİL. BEYNƏLXALQ İCARƏ ƏMƏLİYYATLARI

§ 1. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının mahiyyəti

Beynəlxalq icarə əməliyyatları məmulatların digər ölkələrin firmalarına (şirkətlərinə) icarəyə verilməsini nəzərdə tutur. İcarə əməliyyatının məğzi müstəsna hal olaraq məmulatın bir ölkədəki icarəyə verənin digər ölkədəki icarəyə gətirən müştərisinə müəyyən vaxt ərzində istifadə etməsi üçün verilməsindən və bunun üçün müəyyən maddə almasından ibarətdir.

Bu növ alış-veriş əməliyyatı müvafiq müqavilə əsasında həyata keçirilir. Dəzgaha, avadanlığa və s. bu kimi mallara ehtiyacı olan müştəri-icarəyə gətirən ya onu bilavasitə icarəyə verənin anbarından alır (əgər bu mal öncədən razılaşdırılıbsa), ya da icarəyə gətirənin hesabına özü seçdiyi istehsal müəssisəsindən götürür. Alqı-satqı müqaviləsindən fərqli olaraq icarə əməliyyatında icarə verdiyi mala öz mülkiyyətçilik hüququnu itirmir, əksinə, özündə saxlayır.

Öz firmasından, yaxud öz ölkəsinin digər milli firmasından satın alıb xarici ölkənin müştəri-icarəyə gətirəninə verilən əməliyyata *ixracat icarə əməliyyatı* deyilir. Əgər malı icarəyə verən xarici firmadan (istehsaldan) əldə edib, öz vətənidəki icarəyə gətirən müştəriyə verirsə, bu növ əməliyyat idxalat icarə əməliyyatı adlanır.

Beləliklə, beynəlxalq icarə əməliyyatının xarakterik cəhəti ondan ibarətdir ki, burada (bu əməliyyatda) ya icarəyə verən və icarəyə gətirən, ya da icarəyə gətirən və icarə predmetinin istehsalçısı müxtəlif ölkələrdə olmaqla iştirak edirlər. Bəzi hallarda belə

də ola bilər ki, beynəlxalq icarə əməliyyatlarının üç iştirakçısının üçü də müxtəlif ölkələrə məxsus olsunlar. Beynəlxalq icarə əməliyyatına eyni zamanda transmilli kooperasiyanın xarici qız şirkətlərinin icarə əməliyyatları da aid edilir.

Beynəlxalq icarə əməliyyatının predmeti kimi aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

- istehlak təyinatlı mallar, avtomobillər, avtofurqonlar, soyuducular, televizorlar və s;

- kontor (idarə) və poliqrəfik avadanlıq, perforasiyon və çeşidləyirici maşınlar, rabitə vasitələri;

- hesablama texnikası və informasiyaların işlənməsi vasitələri, elektron hesablama maşınları (iri və fərdi maşınlar), kompüter proqramları (iri EHM üçün onun istismarı icarəetmənin əsas formasıdır);

- nəqliyyat vasitələri (yük maşınları, təyyarələr, vertolyotlar, gəmilər, konteynerlər, xüsusi vaqonlar);

- qaldırıcı-nəqliyyat və yol-tikinti avadanlığı, yük vuran maşınlar, tikinti maşınları, qaldırıcı kranlar, müxtəlif mexanizmlər;

- ümumi istehsal təyinatlı avadanlıq: standart və unikal (nadir) sənaye avadanlığı, dözgahqayırma avadanlığı, elektrik və energetika, maşınqayırma, habelə yüngül sənaye üçün avadanlıq;

- daimi avadanlıq, komplekt müəssisələr avadanlığı və i.a.

Beynəlxalq icarənin növləri Müddətindən, yaxud beynəlxalq təcrübədə sürəkliliyindən (davamından) asılı olaraq icarənin üç növü fərqləndirilir:

a) *uzunmüddətli icarə* - 3-5 ilə, avadanlığın bəzi növləri isə 15-20 il müddətində icarəyə verilir. Beynəlxalq təcrübədə bu, "li-

zinq"¹ adını almışdır;

b) *ortamüddətli icarə* - 1 ildən 3 ilədək. Bu isə "xayrinq" adını almışdır;

v) qısamüddətli icarə - bir neçə saatdan, gündən, aydan bir ilədək müddətə verilən icarədir. Qısamüddətli icarə bir çox ölkələrdə "rentinq", Yaponiyada isə "çerter"² adını almışdır.

Lizingin əsas formaları 12-ci əlavədə verilir.

Beynəlxalq ticarətdə ən çox yayılan icarə əməliyyatı "lizing" əməliyyatıdır. Onun həcmi də, icarəyə verilən malların dairəsi də daim artır.

Həyata keçirilməsi metodlarından asılı olaraq beynəlxalq lizing əməliyyatları, onların məzmunu iki növə ayrılır: maliyyələşdirilən icarə (lizing) və cari icarə (lizing).

Maliyyələşdirilən icarə (maliyyələşdirilən lizing) o deməkdir ki, icarəyə verən sifətində çıxış edən lizing firması tərpənməz və daşınan əmlakın, xüsusən avadanlığın tam dəyərini ödəyir. İcarə edən bu avadanlıqdan, ümumilə əmlakdan icarəyə verən firma (lizing sahibi) ilə bağladığı müqavilə əsasında icarəyə götürüb istifadə edir. Bu, uzunmüddətli icarədir.

Bununla bağlı, lizing müqaviləsi müddətinin aşağı həddi icarə predmetinin - avadanlığın xidmət etmə (köhnəlmə) müddətinin 40%-i qədər təşkil edir. Lizing müqaviləsinin vaxtı bitdikdə icarə edənin razılığı ilə lizing müqaviləsinin vaxtını uzatmaq mümkündür.

İcarəyə götürən icarə etdiyi avadanlıqdan, lizing firması ilə bağ-

¹ Lizing - ing. to lease - kirayəyə (icarəyə) vermək deməkdir.

² Çarter - beynəlxalq ticarətdə dəniz yükdaşıma nəqliyyatı ilə bağlıdır.

ladığı lizinq müqaviləsi əsasında bir qayda olaraq uzun müddət ərzində, daha doğrusu, həmin avadanlıq aşılıb sıradan çıxmasına az qaldığı anadək istifadə edir. Məsələn, Avstriyada vergi hüquqları Əsasnaməsinə uyğun olaraq icarə müddəti avadanlığın xidmət etmə müddəti, yəni tam aşınmasınadək olan müddətin 90%-i qədər müəyyən edilmişdir. Lizinq müqaviləsinin qüvvədə olma müddətinin aşağı həddi isə icarə predmetinin (məsələn, avadanlığın və s.) xidmət etmə müddətinin 40%-ni təşkil edir. Lizinq müqaviləsinin müddəti bitdikdə icarə edənə aşağıdakı hallarda ixtiyar verilir: müqavilənin vaxtını artırsın; yəni lizinq müqaviləsi (kontrakt) bağlasın; icarə etdiyi avadanlığı (icarə predmetini) yenidən, ancaq qalıq dəyər ilə satın alsın. Əslində *maliyyələşdirilən* icarə lizinq firması tərəfindən istehlakçı firmanın, yəni icarəyə götürən firmanın uzunmüddətli kreditləşməsi forması kimi çıxış edir. O, yəni icarəyə götürən icarə ödənişlərini verməklə avadanlığın (icarə predmetinin) dəyərini və icarə verənin xidmətlərini ödəyir.

Maliyyələşdirmə texnikası belədir: müştəri-icarəçi istədiyi avadanlığın tipini, keyfiyyət xarakteristikasını, avadanlığın iş rejimini, şərtlərini özü müəyyən edir və həmin malı alacağı barədə lizinq firmasının vasitəsilə həmin malın istehsalçısının nəzərinə çatdırır. Sonra firma-icarəçi lizinq firmaya müraciət edir və rəsmi müraciətinə öz firmasının maliyyə vəziyyəti, habelə tələb etdiyi avadanlıq barədə hesab-ödəniş sənədləri əlavə edir.

Əgər lizinq firması müsbət nəticəyə gəlib yararlı qərar qəbul edərsə, bu halda o da bunu məktub vasitəsilə icarə götürənin nəzərinə çatdırır. Həmin məktuba lizinq müqaviləsinin şərtləri də əlavə olunur. Lizinq firması eyni zamanda həmin anda avadanlığı göndərənə (istehsalçıya) öz niyyətini bildirir ki, icarə edənin sifariş ver-

diyi avadanlığın dəyərini ödəyəcəkdir. Öz növbəsində, firma-icarəçi lizinq firmasına cavab göndərərək müqavilə üzrə öhdəçiliklərini yerinə yetirəcəyi barədə xatircəmlik edir. Xatircəmliyi alan lizinq firması bütün müvafiq sənədlər toplusunu malgöndərənə (istehsalçıya) göndərir. Avadanlığı hazırlayan firma (istehsal) sənədləri alantək onu dərhal nəql edərək firma-icarəçinin ünvanına yola salır. Göndərdikdən sonra firma-malgöndərən və firma-icarəçi malın təhvil-təslim protokolunu imzalayıb bir nüsxəsini də lizinq firmasına göndərirlər. Bu əsasda lizinq-firma avadanlığın dəyərini firma istehsalçıya ödəyir.

Bir qayda olaraq icarəçinin (icarə edənin) icarəyə götürdüyü avadanlığı, maşını, dəzgahı və s. tokmilləşdirmək, yaxud onlara bir yenilik vermək ixtiyarı yoxdur.

Cari icarə. Bu növ icarə öncədən firma - istehsalçıdan əldə etdiyi malı (avadanlığı, maşını və i.a.) müqavilə əsasında müəyyən müddətə icarəyə verilməsini nəzərdə tutur. Ödəniş haqqı ya müqavilədə təsbit edilmiş məbləğlə, yaxud da icarə qiymətləri (tarifləri) preyskurantı ilə müəyyənləşdirilir.

Cari icarədə məqsəd icarəyə götürənin həmin mala (avadanlığa) olan tələbatını müvəqqəti ödəmək, yaxud da konkret sifarişləri yerinə yetirmək üçün standart sənaye avadanlığından (dəzgah, mühərrik və s.) cari dövrdə istifadə etməkdir. Cari lizinq əməliyyatları üzrə icarə müqaviləsinin müddəti 2 ildən 10 ilədəkdir.

Cari lizinqdə icarə tarifləri maliyyələşdirilən lizinqdən bir qədər yüksək olur. Çünki icarədar öz üzərinə aşağıdakı kimi bir sıra risklər götürür: ticarət, avadanlığın köhnəlməsi, rentabelliyin aşağı düşməsi və s.

Beynəlxalq lizinq praktikasında maliyyələşdirilən və cari li-

zinqlərin şərtlərinin uzlaşdırılması əməliyyatları geniş yayılmışdır. Bu, ilk növbədə, sənaye təyinatlı nəqliyyat vasitələrinə və iri yolluq tikinti və kənd təsərrüfatı texnikasına aiddir.

§ 2. Beynəlxalq icarə müqavilələrinin əsas şərtləri

Maliyyələşdirilən lizinq sazişi. Maliyyələşdirilən lizinq razılaşmaları (sazişləri) aşağıdakı sənədlər üzrə rəsmiyyətləşdirilir: a) lizinq sahibi ilə lizinq alan arasında bağlanılan lizinq müqaviləsi (kontraktı); b) malgöndərənə bağlanılan alqı-satqı kontraktı, yaxud malgöndərənə ümumi şərtlərini nəzərdə tutan və lizinq sahibi tərəfindən firma malgöndərənə yönəldilən naryad (tapşırıq); v) avadanlığın faktiki göndərilməsinə şəhadətlik (təsbit edən protokol). Bu protokolda eyni zamanda göndərilən avadanlığın qurulması və istismara verilməsi də əks etdirilir. Protokola lizinq əməliyyatında iştirak edən bütün tərəflər imza atırlar.

Müqavilənin əsas şərtlərinə gəldikdə isə bu şərtlər aşağıdakılar kimi xarakterizə olunur:

1. *Lizinq müqaviləsinin obyektı və tərəfləri.* Lizinq müqaviləsi icarə əməliyyatı maliyyələşdirilərkən bağlanılır. Bəzi hallarda lizinq alanın özü istifadəçi sifətində çıxış edə bilər. Bu halda o, kontraktda "lizinq alan" tərəf kimi adlanır. Əgər o, icarə obyektini (avadanlığı) subicraçıya, yaxud özünün qız şirkətinə ötürürsə, bu halda o, müqavilədə bütün öhdəlikləri öz üzərinə götürən "firma-istifadəçi" kimi adlanır. Lizinq müqaviləsində (kontraktında) firma-malgöndərən adı və lizinq obyektinin həmin malgöndərən tərəfindən lizinq-alıcının müəssisəsində hökmən qurulacağı müddəti də göstərilir.

2. *Lizinqin fəaliyyət müddəti.* Lizinqin fəaliyyət müddəti onun müqavilə obyektinin (avadanlığın) quraşdırılıb işə salındığı vaxtdan qüvvəyə minir. Müqavilə hər iki tərəf üçün təəhdüdlü (məcburi) olur. Müqavilənin müddətinin bitməsinə bir ay qalmış lizinq sahibi lizinq alana lizinq obyektinin əlavə istifadə olunması şərtləri barədə danışıqlar aparılmasını təklif edə bilər. Lizinq kontraktının vaxtı bitmək üzrə olduqda lizinq alan aşağıda göstərilən səlahiyyətlərə malikdir: əvvəlki müqavilənin, yaxud yeni şərtlər əlavə etməklə müqavilənin müddətini uzatmaq; yeni şərtlər əsasında təkrarən müqavilə bağlamaq; müqavilə obyektinin öncədən şərtləşdirilmiş qiymətə, yaxud qalıq dəyərində almaq.

3. *Lizinq müqaviləsi üzrə tərəflərin hüquq və vəzifələri.* Lizinq sahibinin əsas vəzifələri bunlardır:

- öncədən lizinq alan və malgöndərən arasında ticarət və texniki şərtlər barədə razılaşdırmalar əsasında firma-malgöndərənə alqı-satqı müqaviləsi bağlanması;

- öncədən razılaşdırılmış şərtlərə uyğun saziş obyektinin (malın naryadı, tapşırığı) malgöndərənə (istehsalçıya) göndərilməsi.

Lizinq sahibi lizinq sazişi obyektinin mülkiyyətçisidir. O, malgöndərənə malın göndərilməsi üçün hazır olduğu barədə xəbərdarlıq etdikdən sonra həmin obyektə (malı) yoxlamaq hüququna malikdir. Obyekt işə salınanadək isə o, təhvil-təslim protokoluna imza atmağa borcludur.

Əgər yoxlama zamanı nöqsanlar aşkar olunarsa, lizinq sahibi malgöndərənə həmin nöqsanların aradan götürülməsi tapşırığını verir. Əks təqdirdə, lizinq sahibi müqaviləni pozacağını (ləğv edəcəyini) bildirir.

Lizinq alanın vəzifələri. Bu vəzifələr aşağıdakılardan ibarətdir:

- saziş obyektini qəbul edərkən lizinq sahibi malgöndərənə qarşı bütün hüquqlarını öz üzərinə götürür və onun bununla bağlı hər cür zərərdən və məhkəmə iradlarından azad edir;

- lizinq obyektini (avadanlıqı) qəbul edir, qəbulun bütün zəruri texniki və hüquqi şərtlərini təmin edir, öz hesabına quraşdırmanı və işəsalmanı həyata keçirir;

- malgöndərmənin komplektliyini (dəstini), avadanlığın saz işləməsinə və qeydə alınmış istehsal nəticələrinə nail olunmasını protokolla təsbit edir;

- çatışmazlıqlar aşkar edilərkən onların siyahısının təhvil-təslim protokolunda göstərilməsinə və lizinq sahibinə göndərilməsinə göz qoyur;

- lizinq obyektinin qeyri-normal işləməsi ucundan onun qəbulundan imtina etməsi lazım gəldikdə lizinq alan yazılı formada lizinq sahibinə çatışmazlıqları göstərməklə xəbərdarlıq edir;

- əgər lizinq alan bunları (yuxarıda göstərilənləri) etməsə, iki aydan sonra qəbul baş tutmuş hesab olunmur.

4. *Lizinq ödənişləri.* Lizinq ödənişləri saziş obyektinin istehsalda istifadə edilməsi üçün pulla təminatını nəzərdə tutur. Geniş mənada bu ödənişlər ayrı-ayrı sazişlərin bağlanması əsasını təşkil edir.

Lizinq ödənişi tərəflərin razılaşmalarından asılı müxtəlif səpkidə ola bilər. Təcrübədə aşağıdakılara daha tez-tez rast gəlinir:

Müqavilədə təsbit olunmuş lizinq ödənişinin ümumi məbləği. Bunu tərəflər öncədən müəyyən edirlər. Ödəniş üçün qrafik tərtib olunur. Qrafikə əsasən birinci ödəniş malın (avadanlıqın) qəbul edildiyi gün verilir. Sonra işə dövrəsini ödənilir. Tariflər (alış qiymətləri) dəyişdikdə tərəflərin razılığı ilə lizinq müqaviləsində də

dəyişiklik edilir.

Avansla (depozit etməklə) ödəniş. Adətən, lizinq alan lizinq firmasına alış dəyərinin 15-20%-i məbləğində öncədən avans verir və yaxud bankda onun hesabına depozit edir. Qalan 80-85%-i isə malın qəbul protokolu imzalandıqdan sonra 3-5 il ərzində kvartallar üzrə ödənilir.

Minimum (ən az) lizinq ödənişi. Bu ödəniş icarənin bütün müddəti ərzində dövraşırı verilir. Əgər lizinq alan malın (avadanlığın) istifadə etmə müddətini uzadacaqsa, birinci müddətin ödənişinin üzərinə axırıncı müddətin uzadılmış hissəsinin ödənişi gəlinir. Bu halda icarə edən həmin obyektin onun ilkin qiymətindən bir qədər ucuz qiymətə ala bilər.

Qeyri-müəyyən icarə haqqı (ödənişi). Bu ödəniş təsbit edilmiş məbləğə deyil, müəyyən əsaslarda; məsələn, satış həcmindən, obyektin istifadə olunmuş məbləğindən faizlə, qiymət indeksləri, borc vəsaitlərinin bazar tarifləri vasitəsilə ödənilir.

Lizinq ödənişlərinin müəyyən edilməsi üsulları. Bu üsullar müqavilələrdə göstərilir. Ödəniş birdəfəlik və dövraşırı ola bilər.

Birdəfəlik ödəniş adətən təhvil-təslim protokolu imzalandıqdan sonra ödənilir və sazişin maliyyələşdirilməsi ancaq malgöndərənin alqı-satqı müqaviləsinin yerinə yetirdiyi dövrü nəzərdə tutur. Dövraşırı ödəniş isə müxtəlif formalarda olur: icarə müddəti ərzində bərabər məbləğlə; ödənişin vaxtaşırı artırılması qaydasıyla və əksinə və i.a. Müqavilədə bunlar da öz əksini tapmalıdır.

5. *Lizinq müqavilələrinin ləğv edilməsi qaydası.* Bir qayda olaraq, lizinq kontraktlarında onların pozulması (ləğv olunması) barədə müəyyən müddət qoyulur. Bu müddət bitdikdən sonra tərəflər onun vaxtının uzadılması, yaxud ləğv edilməsi haqda razılaşmaya

gələ bilərlər.

Malın göndərilməsi üçün naryad¹ Bu naryad lizinq sahibinin lizinq alandan sifariş qəbul etdiyi barədə malgöndərəne

(istehsalçıya) xəbərdarlıq sənədidir. Naryadın üz səhifəsində tərəflərin (lizinq sahibi və malgöndərənin) adı, lizinq kontraktının sıra sayı (N-si), lizinq alanın adı, alış (satınalma) qiyməti və malgöndərmə şərtləri göstərilir. Bundan əlavə, naryadda göstərilir ki, malgöndərən lizinq sahibinə aşağıdakıları göndərməlidir: naryadın ona çatmasının təsdiqini, lizinq obyektini lizinq alana göndərildikdən sonra iki nüsxədə hesab (hesablaşmaq üçün), lizinq alan tərəfindən imzalanmış təhvil-təslim protokolu, malın qəbulu, prospekt, texniki sənədlər və zamanətverici talon.

Naryadda həmçinin lizinq sahibi ilə malgöndərən arasında tərtib olunmuş protokolun ümumi şərtləri göstərilir.

Firma-malgöndərən lizinq alan qarşısında bilavasitə məsuliyyət daşıyır və lizinq sahibi vasitəsilə onun qanuni iddialarına əməl edir.

Qəbuletmə protokolu Bu sənəd şəhadətlik edir ki, lizinq alan tərəfindən qəbul olunan mal (avadanlıq) istismar edilməsi üçün yaradılır və qüsuruz olaraq işləyir. Bu halda lizinq alan protkolda göstərilən lizinq sazişi obyektini lizinq müqaviləsinə uyğun surətdə qəbul etməyə hazır olduğunu bildirir.

Lizinq alan qəbuletmə protokolunda göstərilədiyi kimi, lizinq protokoluna əsasən ona verilən lizinq sahibinin malgöndərəne qarşı olan aşağıdakı hüquq və vəzifələrini öz öhdəsinə götürməyə hazırdır; obyektin qüsuruzluğunu yoxlamaq; keyfiyyəti və malın

¹ Naryad - ticarət təcrübəsində sərəncamvermə kağızı, yazılı əmrnamə, order kimi qəbul edilmişdir.

göndərilməsinin ləngidilməsi üzrə malgöndərənə reklamasiya (şikayət, tələb, iddia) vermək.

Lizinq alan təhvil-təslim protokolunda aşkar etdiyi çatışmayan cəhətləri göstərə bilər. Çatışmazlıqlar maddi, yaxud mənəvi zərər ilə bağlı deyilsə, onların saziş obyektinin fəaliyyətinin pozulmasına təsiri olmadığını göstərir. Protokolda həmçinin göstərilir ki, həmin çatışmazlıqlar lizinq alan tərəfindən lizinq haqqının hökmən ödəyəcəyi öhdəçiliyinə də təsiri olmayacaq. Bu halda malgöndərən də öz növbəsində təhvil-təslim protokolunda qeyd edir ki, həmin çatışmazlıqlar onun tərəfindən tezliklə aradan qaldırılacaqdır.

Təhvil-təslim protokolu lizinq alan tərəfindən rəsmiləşdirilir və lizinq sahibini, lizinq alan və malgöndərən tərəfindən imzalanır.

Cari icarə müqaviləsinin əsas şərtləri. Cari icarənin məzmunu bundan ibarətdir ki, bir tərəf - *icarəyə verən* öhdəçilik götürür ki, o, əmlakın (avadanlığın) müvəqqəti istifadəsi üçün onu digər tərəfin ixtiyarına verir, digər tərəf - *icarəyə götürən* isə müqavilənin qüvvədə olduğu dövr ərzində istifadə haqqını (muzdunu) ödəyir.

Bu tipli icarə sazişinin (müqaviləsinin) işlənilib hazırlanması ilə bir qaydada şirkət-icarədar birliyi, yaxud firma məşğul olur.

İcarə müqaviləsinin əsas şərtləri aşağıdakılardır:

1. *Müqavilənin tərəfləri.* Bir çox müqavilələrdə olduğu kimi, burada da iki tərəf iştirak edir. Bunlar icarəyə verən və icarəyə götürənlərdir.

2. *Müqavilənin predmeti.* Bu, ya fərdi nişanələrinə (malın, avadanlığın modeli, nişanı, yükqaldırma gücü və s.), yaxud da texniki sənədləri (cizgi, sxem və s.) ilə müəyyənləşdirilir. Adətən, bu mə-

lumatların hamısı spesifikasiyada¹ göstərilir və müqaviləyə əlavə edilir, yaxud da müqavilənin özündə ayrıca bir bölmə kimi əks etdirilir.

3. *Müqavilənin fəaliyyət müddəti.* Bu, icarənin növündən asılıdır. Qısamüddətli icarə ən azı bir gündür. Orta və uzunmüddətli icarə dövrü müqavilə əsasında müəyyənləşdirilir. Təkrar icarə müqaviləsi isə beş il müddətinə bağlanılır. İcarə müddəti bitmiş avadanlıq icarə edən tərəfindən satın alınə bilər. Bu, nadir hallarda baş verir, çünki bu halda icarəyə verən tərəf vergini həmin avadanlığın ilkin qiymətindən verməli olur.

4. *Ödəniş şərtləri.* Burada icarə haqqının forması və miqdarı nəzərdə tutulur. İcarə haqqı forması ya müqavilənin fəaliyyətdə olduğu bütün dövr üçün sabit tarif kimi, ya da müqavilə müddətinin uzunluğundan asılı olaraq mütərəqqi aşağıcnmə tarix formasında müəyyənləşdirilir.

İcarə haqqı ödənci icarəyə verilən predmetin dəyərindən və xarakterindən asılı olmayaraq hesablanır. Əgər avadanlıq (məsələn, tikinti avadanlığı) onun operatoru ilə birlikdə icarəyə verilsə, operatorun əmək haqqı da icarə haqqına daxil edilir.

5. *Tərəflərin hüquq və vəzifələri.* İcarəyə verən tərəf borcludur ki, malı (avadanlığı və s.) saz halda versin və şərtlənmiş vaxt ərzində həmin avadanlığı icarə edən (istismar edən) heyəti öyrətsin (təlimatlandırсын). İş prosesində avadanlıqda nasazlıq baş verdikdə onu icarəyə verən aradan qaldırmalı, lazım gəldikdə ehtiyat hissəsi də verməlidir.

İcarəyə götürən isə öhdəlik götürür ki, o, avadanlığı icarəyə ve-

¹ Spesifikasiya - bir şeyin spesifik xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsi, bir şeyin dəqiqləşdirilmiş təsnifi.

rənin təqdim etdiyi texniki təlimatın tələbinə uyğun istismar edəcəkdir. O, eyni zamanda borcludur ki, avadanlığın istismarı gedişatında aşkar olunan defektlər, nasazlıq haqqında icarəyə verən tərəfi xəbərdarlıq etsin.

Avadanlığı icarəyə verənin yazılı icazəsi olmadan icarə edənin onu birinə - subicraedənə verməsi qəti qadağandır.

Əgər icarəyə götürən onun üzərinə düşən öhdəçiliyi lazımınca yerinə yetirmirsə, yaxud icarə haqqını ödəmirsə, icarəyə verən tərəf müqaviləni vaxtından əvvəl ləğv və tələb edə bilər ki, icarə predmetini (avadanlığı) nəql etmə xərclərini öz üzərinə (icarəedənin hesabına) götürməklə geri qaytarsın.

Çox hallarda, əsasən də ki, ABŞ-da, Fransada icarə müqaviləsinə "köhnəlik" barədə xüsusi qeydiyyat edilir. Bununla bağlı icarə edən icarə müddəti bitəndə köhnəlmiş, ciddi surətdə aşlanmış icarə predmetinin - avadanlığın yenisi, hətta daha da təkmilləşdirilməsilə əvəz olunmasını icarəyə verəndən tələb edə bilər.

§ 3. Müasir şəraitdə beynəlxalq ticarətin xüsusiyyətləri və icarə əməliyyatlarının təşkili formaları

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının durmadan genişlənməsi və ticarətin bu formasının birbaşa satınalma qarşısındakı üstünlüklərindən irəli gələn kompleks səbəblərlə şərtlənir. Cari (ənənəvi) icarə əməliyyatları ilə maliyyələşdirilən lizinq sazişləri arasındakı fərqləri nəzərə alaraq bu əməliyyatların xüsusiyyətlərinin və ayrılıqda hər birinin əhəmiyyətini nəzərdən keçirmək daha məqsədəuyğun olardı.

Cari icarə əməliyyatları şəraitində onun mühüm üstünlüyü is-

tehlakçı firmalara, xüsusən də kiçik və orta firmalara kömək göstərməkdən, elmi-texniki tərəqqinin sürətli inkişafı şəraitində avadanlığın hədsiz dərəcədə tez köhnəlməsindən özünü sığorta etməkdən ibarətdir.

Cari icarə istehlakçı firma üçün əlverişlidir. Belə ki, ilkin haqqın (muzdun) ödənilməsi bir qayda olaraq avadanlığın işə salınması anından sonra təmin edilir. Bu hal icarə edənə imkan verir ki, icarə verənin ilkin haqqını avadanlığın istifadəsindən əldə etdiyi mənfəət hesabına ödəsin. Cari icarə avadanlığa tələbin mövsümi, yaxud da qısamüddətli artdığı şəraitdə daha əlverişli olur.

Maliyyələşdirilən icarədə lizinqalan bank krediti formasında maliyyələşdirmə formasına nisbətən müəyyən üstünlüklərə malik olur. Bu üstünlüklərə nəzər yetirək:

1. Lizinqalana onun icarə etdiyi avadanlığın tam dəyərinin maliyyələşdirilməsi imkanı verilir. Halbuki kreditlər həmin avadanlığın ancaq 80-85%-ni ödəyə bilər. Ödəniş məbləği ciddi surətdə müqavilədə təsbit etdirilir ki, bu da gələcək məhsul üzrə xərclərin öncədən müəyyənləşdirilməsinə imkan verir.

2. Lizinq ödənişlərinin faizlə ifadə olunan ilkin haqqı bank kreditləri tariflərinə nisbətən aşağıdır.

3. İnflyasiya və pulların ucuzlaşması şəraitində sabit tariflərə əsaslanan lizinq ödənişlərinin təmin edilməsi (verilməsi) lizinqalan üçün daha əlverişlidir.

4. Maliyyələşdirilən icarə kiçik və orta şirkətlər (firmalar) da daxil olmaqla bütün şirkətlər üçün əlverişlidir.

5. Maliyyələşdirilən icarədə amortizasiya ayırmalarını lizinq sahibi ödəyir; icarə ödəncləri "ümumi məsrəflər" adlanan məsrəflərə əlavə edilir. Bu məsrəflər vergi qoyma üçün ayrılan məbləğdən he-

sablanır.

6. Lizinqalan lizinq predmetinin satılma, yeni pula çevrilə bil-məsi qabiliyyətini özündə saxlayır; ona adi kalkulyasiya təqdim edilir ki, bu da kalkulyasiya ödənişlərinin üç ayda, yaxud da altı ay müddətində təmin edilməsinə əsaslanır.

Lizinq sahibi üçün maliyyələşdirilən icarənin faydalılığını aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

1. Avadanlıq almaq üçün kifayət qədər vəsaitə malik olmayan şirkətlər hesabına istehlakçıların dairəsini genişləndirmək; lizinqalanın uzun müddət üçün avadanlığa ehtiyacı yoxdur, yeni, ona məlum olmayan texnikanı satın almağa ehtiyatlanır;

2. Lizinqalanlarla uzunmüddətli əlaqələri səhməna salmaq, onlardan ödəmələrin alınmasını səbatlaşdırmaq;

3. Əksər məmləkətlərdə lizinq ödəmələri birbaşa vergiyə cəlb olunurlar, çünki lizinq ödəmələri yuxarıda göstərilən ümumi xorelərə daxil edilir. Buna görə də onlar vergi verməkdən azad olunurlar.

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının təşkilati formaları

Xarakterinə və fəaliyyət dairəsinə, hüquqi vəziyyətinə, mülkiyyət və nəzarətmə xüsusiyyətlərinə görə beynəlxalq icarə əməliyyatları ilə müxtəlif firmalar məşğul olur. 1980-ci illərin ortalarında onların sayı təqribən 4,5 minə çatmışdır.

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarında aşağıdakı firmaların böyük əhəmiyyəti vardır: ixtisaslaşmış lizinq firmaları; sənaye transmilli korporasiyaları; qız lizinq firmaları (şirkətləri); transmilli banklar sistemində lizinq firmalar, lizinq fəaliyyətini həyata keçirən sənaye, tikinti və digər firmalar; vasitəçi lizinq firmaları, lizinq assosiy-

asiyası.

Bunlardan birinci üç tip firma daha əhəmiyyətli olduğuna və geniş yayıldığına görə onları qısaca da olsa nəzərdən keçirək.

İxtisaslaşmış lizinq firması İxtisaslaşmış lizinq firmaları üçün malları icarəyə vermək onların əsas, bəlkə də yeganə fəaliyyət növüdür. İcarənin növündən asılı olmayaraq bu firmalar lizinq firması adlanır və icarə predmetini uzunmüddətli, ortamüddətli və qısamüddətli icarəyə verməklə məşğul olurlar. İxtisaslaşmış firmalar ya dar ixtisaslaşmış, ya da universal ixtisaslaşmış olurlar. *Dar ixtisaslaşmış firmalar* adətən bir mal ilə, məsələn, minik maşını ilə, dəmir yolu vaqonlarıyla, yükqaldırma kranlarıyla, konteynerlərlə və s. məşğul olurlar. Bu növ firmalar icarə predmetini istehsalçıdan satın alıb icarəyə verirlər. Bu məqsəd üçün onların xüsusi maşın, avadanlıq parkları olur. Bir qayda olaraq onlar özləri seçdiyi malları istehsalçılardan alır və öz adından icarəyə verirlər. İcarəyə verdikləri maşın və avadanlığa özləri xidmət göstərir və normal istismar vəziyyətində saxlanılmasına da özləri diqqət yetirirlər. İcarə edənin xahişiyə hətta öz operatorlarını və avtomatın sürücüsünü də verirlər. İxtisaslaşmış lizinq firması ilə yanaşı, *universal lizinq şirkətləri* (firmaları) da fəaliyyətdə bulunur. Bunlar ən müxtəlif, çox hallarda unikal (nadir) texniki əlamətlərə məxsus olan mürəkkəb texniki avadanlığı icarəyə verirlər.

Bir qayda olaraq universal firmalar mallarını uzunmüddətli maliyyələşdirilən tipli icarəyə verirlər. Bu halda onlar müştəri-icarədarə (icarə edənə) onu maraqlandıran avadanlığın istehsalçısını seçmək, həmin avadanlığa spesifik və texniki şərtlər hazırlamaq, malları müstəqil qəbul etmək hüququ verir.

İxtisaslaşmış beynəlxalq firmalardan ən iriləri ABŞ-ın "Neşnl

kar lentl", "Berman Lizing", İngiltərənin "Qodfrey-Devis", "Kening-motor", Fransanın "Fyul-Karop", "Vandol-ekvipmen", Yaponiyanın "Çapen liz interneşnl korp" firmalarıdır.

Sənaye transmilli korporasiya-larının qız lizing şirkətləri Lizing firmaları nadir hallarda digər şirkətlərlə qohumluq əlaqələri saxlamadan müstəqil fəaliyyət göstərə bilirlər. Əksər hallarda onlar bu və ya digər şirkətin filialı – qız (törəmə) sifətində çıxış edirlər. Məsələn, ABŞ-ın "Kraysler", "Ford motor", "Reydio korp. of Amerika" kimi iri sənaye korporasiyalarının bir sıra digər ölkələrdə qız şirkətləri vardır. Transmilli sənaye korporasiyalarının bəzi lizing filialları nəhəng ölçüyə çatdırdıqları böyük və geniş icarə əməliyyatları apardıqları üçün dünya bazarında görkəmli vəziyyət almışlar.

Vaxtında qız şirkəti olan iri lizing firmalarının özünün nəzarətində geniş şəbəkəsi vardır. Həm də bu filiallar şəbəkəsi həm öz ölkəsində, həm də xarici ölkələrdə yerləşdirilmişdi. Məsələn, "Yunayted Steyts Lizing interneşnl" lizing şirkətinin özü ABŞ-ın "Yunayted Steyts X"-in qız filialı ola-ola 13 xarici ölkədə filialları fəaliyyət göstərir.

Qız lizing şirkətləri hüquqi müstəqilliyə malik olaraq, yeni zamanda maliyyə institutlarının (bankların, sığorta və xolding şirkətlərin) kreditlərindən istifadə etmək ixtiyarı da vardır.

Transmilli banklar sisteminə lizing firmaları Lizing firmalarının yaradılmasında və maliyyələşdirilməsində banklar fəal iştirak edirlər. Onlar ya özləri üçün xüsusən qız lizing şirkətləri, yaxud da paritet (bərabərlik) əsaslarda digər banklarla birlikdə firmalar təşkil edirlər. Bu halda bankların əsas məqsədi lizing firmasına sərmayə qoymaqla sahibkarlığın bu yeni

sferası öz fəaliyyətinin başlanğıcından bank işi ilə bağlı olsun. Banklar lizinq firmalarını kreditləşdirməklə lizinqdən istifadə edən müəssisələri dolayısıyla maliyyələşdirirlər, həm də maliyyələşdirmə pul ilə deyil, mal kreditiylə həyata keçirilir.

Bankların beynəlxalq icarə fəaliyyətinə qoşulması müxtəlif yolla reallaşdırılır: a) digər banklarda paritet əsaslarda xüsusi qız lizinq şirkətlərinin yaradılması; b) bankların özlərinin lizinq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi.

Bank lizinq firmalarının da xarici ölkələrdə qız şirkətləri və filialları olur. Məsələn, təkə ABŞ-ın "Siti-korporeyşn" firması "Fyorst neşnl siti benk" in qız şirkəti ola-ola onun özünün 11 ölkədə filialı vardır. Lizinq fəaliyyətində götürdüyü gəlirlərin təqribən 50%-ni xarici əməliyyatlardan əldə edir.

Birgə lizinq şirkətləri adətən iri banklar tərəfindən yaradılır. Belə ki, "Promoliz" birgə firması "Eyrobenk" bankı da "Slibay internasyonal" (Fransa) tərəfindən təsis olunmuşdur.

Lizinq əməliyyatları həyata keçirən sənaye, tikinti və s. firmalar

Bilavasitə lizinq əməliyyatlarını həyata keçirən lizinq firmaları sırasına sənaye və tikinti firmaları, hətta nəqliyyatı və gəmiçilik şirkətləri də aiddir. Bunlar özlərinin xüsusi satış aparatının, yaxud nəzarətində olan öz ölkəsində və xaricdəki istehsal müəssisələrinin mallarını (məhsulunu) icarəyə vermək üçün istifadə olunurlar. Məsələn, "İBM", "Ceneral elektrik", "Xaniuell" kimi Amerika firmaları elektron hesablama maşınlarını Qərbi Avropa ölkələrində yerləşmiş öz istehsal müəssisələrindən həmin ölkələrin firmalarına icarəyə verirlər. Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinə isə həmin Amerika firmalarının nəzarəti altında olan Yaponiya istehsal müəssisələrinin

dən icarəyə verirlər.

EHM buraxan firmalardan əlavə, digər sahələrin şirkətləri də, o cümlədən, dəzgahlar, dəmir yolu vaqonları, təyyarə və bu kimi sair məhsul buraxan digər sahələrin şirkətləri də icarə əməliyyatlarını geniş təcrübədən keçirməyə başladılar.

Vasitəçi lizinq firmaları Mal (məhsul) icarəyə verən firmalara öz ölkəsi daxilində həm vətən, həm də xarici kontragentlərin mallarının satışı ilə yanaşı, icarə ilə məşğul olan dilerlər, distribüterlər də aid edilir. Avtomobillərin, dəzgahların, yol-tikinti avadanlığının icarəyə verilməsində, onların, xüsusən dilerlərin iştirakı daha genişdir. Lizinq əməliyyatları mürəkkəbləşdikcə dilerlərin də rolu getdikcə artır. Çünki bu halda həmin ölkənin, yaxud malın lizinq bazarı haqqında öncədən kifayət qədər məlumatı olmur. Buna görə də çox hallarda dilerlər sifətdə kiçik firmalar deyil, işgüzar əlaqələri yaxşı səhməna salınmış və eyni zamanda iri maliyyə resurslarına malik, habelə kifayət qədər nüfuz qazanmış iri firmalar çıxış edirlər.

Lizinq assosiasiyaları Beynəlxalq lizinq bazarının sürətli inkişafı ilə bağlı bazarın bölüşdürülməsinə də ehtiyac duyulur. Bu, hər şeydən öncə lizinq firmalarının, milli assosiasiyaların, habelə gizli formada kartel funksiyalarını yerinə yetirən lizinq klublarının meydana gəlməsilə şərtlənir. Müxtəlif ölkələr bazarlarını öz aralarında bölüşdürən lizinq assosiasiyaları və klublarının üzvləri qarşılıqlı faydalılıq prinsipi əsasında potensial müştəri-icarədarları bir-birini təklif edirlər. Lizinq klubu üçün tərkibində İngiltərənin, Belçikanın, Danimarkanın, Hollandiyanın, İspaniyanın, Norveçin, Fransanın, Almaniyanın, İsveçin, İsveçrənin lizinq şirkətləri iştirak edən "İnterliz" assosiasiyası

yasını misal göstərmək olar. Kartel funksiyalarını həmçinin "Lizklub" və "Lizyurop" kimi assosiasiyalar da yerinə yetirirlər.

Beynəlxalq icarə əməliyyatları demək olar ki, **icarənin inkişafı** beynəlxalq ticarətdə alış-veriş fəaliyyətinin yeni növüdür. Məsələn, ABŞ-da bu tipli icarə əməliyyatları əsrimizin əllinci illərinin ikinci yarısından tətbiq edilir. Qərbi Avropa ölkələrində və Yaponiyada isə altmışıncı ilin ortalarından başlanmışdır. Bu tipli əməliyyatların sürətli artımına aşağıdakı amillər təsir göstərmişdir:

- a) əksər ölkələrdə kreditlərin alınması işi ilə bağlı çətinliklərin güclənməsi;
- b) banklar tərəfindən bu məqsədlər üçün bank faizi tarifinin (normalarının) artması;
- v) istehsal investisiyalarına vergilərin artması;
- q) kreditlə satış şərtlərinin pisləşməsi.

Bununla belə, bəzi dəyərləndirmələrə görə 1980-ci illərin ortalarında ixracat-lizinq əməliyyatlarının illik həcmi 15-20 mlrd. dollar, o cümlədən 0,5-1,5 mlrd. dollar təşkil etmişdir. Əgər yeni avadanlığın icarəyə verilməsində investisiyalar haqqında ümumi məlumatlar barədə mühakimə yürüdülürsə, bu halda aydınlıqla görünür ki, burada aparıcı mövqeləri ancaq inkişaf etmiş ölkələr tutur. İcarə olunan avadanlığın bu cür sürətli artımı yuxarıda göstərilən ölkələrdə istehsalın ümumi texniki səviyyəsinin durmadan yüksəlməsindən xəbər verir.

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq icarə əməliyyatları anlayışı, əhəmiyyəti və icarə predmetləri.
2. Beynəlxalq icarənin növlərinin təsnifatı və xarakterik cəhətləri.
3. Maliyyələşdirilən lizinq üzrə sazişlər və onların şərtləri.
4. İcarə predmetinin göndərilməsinə dair tapşırıq və həmin predmetin təhvil-təslim protokolunun tərtibi şərtləri.
5. Cari icarə üzrə müqavilələrin mühüm şərtləri və onların təsnifi.
6. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarıyla məşğul olan firmaların xüsusiyyətləri.

XIII FƏSİL. BEYNƏLXALQ TURİZM ÜZRƏ TİCARƏT ƏMƏLIYYATLARI

§ 1. Beynəlxalq turizm əməliyyatları və turist xidmətlərinin növləri

Beynəlxalq turizm dedikdə xaricə yollanan və orada ödəncli əmək fəaliyyətilə məşğul olmayan, ancaq fiziki və mənəvi istirahət etmək məqsədilə gözməyə, seyr etməyə, tamaşa etməyə gələn şəxslərin səyahəti (səfəri) nəzərdə tutulur. Beynəlxalq mal dövriyyəsində turist xidmətləri görünməz mal şəklində çıxış edir. Bir mal kimi çıxış edən turist xidmətlərinin xarakterik xüsusiyyətləri və özünəməxsus vəziyyəti və dəyərliyi bundan ibarətdir ki, bu xidmətlərin böyük bir hissəsi yerlərdə ən az məsrəflərlə başa gəlir və eyni qaydada digər xarici valyutalardan istifadə olunur. Xarici turistlər turist sənayesi müəssisələrinin xidmətindən istifadə edirlər. Bundan əlavə, onlar istehlak üçün suvenir kimi müəyyən miqdarda malları da satın alırlar.

Müasir şəraitdə beynəlxalq turizm beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin bir forması kimi geniş miqyas almış və dövlətlər arasında siyasi, iqtisadi və mədəni əlaqələrin inkişafına və təkmilləşdirilməsinə xüsusən təsir göstərir. Beynəlxalq turizm üçün xarakterik cəhət turistlərin sayının sürətli artımı və turizmdən daxil olan pullu gəlirlərin ciddi çoxalmasıdır. 1988-ci ildə turizm dövriyyəsi 400 mln.-dək adamı əhatə etmişdir.

Beynəlxalq turizm eyni zamanda bir çox inkişaf etmiş ölkələr üçün valyuta daxilolmalarının mühüm mənbəyi kimi qiymətləndirilir. Məsələn, malların və xidmətlərin ixracatından daxil olan

məbləğin ümumi həcmində xarici turizmdən götürülən gəlirlərin payı İspaniyada 35%, Avstraliyada - 36%, Yunanıstanda - 36%, İsveçrədə 12%, Kolumbiyada 20%, Yamaykada 30%, İtaliyada 11%, Portuqaliyada 21%, Kıprda 52% təşkil etmişdi. Bununla belə, bir sıra digər ölkələrdə bu göstərici daha yüksəkdir; məsələn, Panamada 55%, Qaitidə 73%.

Beynəlxalq turizm Qərbi Avropa ölkələrində daha çox inkişaf etmişdir. Bu məhəllinin payına dünya turist bazarında 70 faizdən bir qədər çox, valyuta daxilolmalarının isə 60 faizə qədəri düşür. Təxminən 20% Amerikanın, 10% Asiyanın, Afrikanın və Avstraliyanın birlikdə payına düşür.

Dünya turist təşkilatının təsnifatında iki növ qrup ölkələr fərqləndirilir: birincisi, *turist göndərən ölkələr*. Bu tipli ölkələr əsasən ABŞ, Danimarka, Almaniya, Hollandiya, Yeni Zelandiya, İsveç, Kanada, İngiltərə aiddir; ikincisi, *turist qəbul edən ölkələrdir*. Bu ölkələrə isə əsasən Avstraliyanı, İtaliyanı, İsveçrəni, Fransanı, Kıprı, Yunanıstanı, Meksikanı, Portuqaliyanı, İspaniyanı, Türkiyəni və s. aid etmək olar.

Beynəlxalq turizmin inkişafı üçün əsas ilkin şərtlər aşağıdakılardır: xarici ölkələrdən muzzla tutulan fəhlə və qulluqçular sayının artması; onların maddi və mədəni səviyyəsinin yüksəlməsi; əməyin intensivliyinin yüksəldilməsi; işçilərə uzunmüddətli məzuniyyət verilməsi; onların daha yüksək əmək haqqıyla ödənilməsi və i.a. Nəqliyyat vasitələrinin təkmilləşdirilməsi, xüsusi avia xətlərinin durmadan artması, onların tariflərinin aşağı salınması və s. bu qəbil şərtlərdəndir. Göstərilən həmin şərtlərə (amillərə) avtomobil və avtobus nəqliyyatı vasitələrinin təkmilləşdirilməsi, avtoyolların yaxşılaşdırılması tədbirlərini də aid etmək olar.

Beynəlxalq turizmin inkişafı üçün bir çox ölkələrdə turizm əməliyyatlarından daxil olan valyutanın artırılması cəhdi də az əhəmiyyətli rol oynamamışdır.

Yer kürəsində turist sənayesində 30 milyondan çox adam məşğuldur. Turist sənayesi dedikdə, turist xidmətlərini və turist tələbatlı malların realizasiyası ilə məşğul olan istehsal, ticarət və nəqliyyat müəssisələrinin məcmuyu başa düşülür.

Turizm xidmətlərinin növləri Dünya bazarında mal şəklində təklif olunan turist xidmətlərinə aşağıdakılar aiddir:

- turistlərin yerləşdirilməsi ilə bağlı xidmətlər. Bir qayda olaraq turistlər mehmanxanada, otellərdə, pansionatlarda, kempinqlərdə və sair abadlaşdırılmış bina və mənzillərdə yerləşdirilir;

- təyinat ölkəsindəkə turistlərin çatdırılması və həmin ölkədə onlara səmişin nəqliyyat-ları vasitəsilə xidmətlər göstərilməsi;

- restoranlarda, kafelərdə, barlarda, kafeteriyalarda, pansionatlarda turistlərin iaşo xidmətləri ilə təmin olunması;

- turistlərin mədəni tələbatına yönəldilmiş xidmətlər. Bu xidmətlərə teatrlara, konsert salonlarına, muzeylərə, rəsm qalereyalarına, təbiət və tarixi qoruqlara gedilməsi, tarixi və mədəni abidələrə tamaşa və festivallarda, idman yarışlarında iştirak edilməsi və s. aiddir;

- turistlərin işgüzar tələbatını (simpoziumlarda, elmi konfranslarda, yarmarka və sərgilərdə iştirak etmə) ödənilməsinə yönəldilmiş xidmətlər;

- ticarət müəssisələrinin xidmətləri - suvenirlər, hədiyyələr, depozitvlər və s. satışı;

- sənədlərin (pasport, viza və s.) rəsmiyyətləşdirilməsi üzrə

xidmətlər.

Turistə ya turizmin müəyyən bir növü üzrə, ya da tam kompleks xidmətlər üzrə qulluq göstərmək olar. Sonuncusu, yəni tam kompleks xidmətləri "inklyuziv-tur"¹ların satışı qaydası ilə göstərilir. "İnklyuziv-tur" avia yükdaşımalarında tətbiq edilir. Bu halda turistlərin təyinat yerinə və geriyyə daşınması xərcləri xüsusi işlənilib hazırlanmış "inklyuziv-tariflər" əsasında müəyyənləşdirilir. Bu məsrəflər çox hallarda adi yükdaşımalarda xeyli aşağı olur. "İnklyuziv-tur" həmçinin turistlərin mehmanxanalarda yerləşdirilməsi, iasə (tam, yaxud qismən) və sair xidmətlərin dəyərini də özündə cəmləşdirir.

"İnklyuziv-tur" həm qrup, həm də fərdi turist səfərlərində istifadə olunması nəzərdə tutulur. Onun strukturu müəyyən dərəcədə məmləkətlərin xarakterik cəhətlərindən, turistlərin tərkibindən, onların alıcılıq qabiliyyətindən, təklif olunan xidmətlərin xarakterindən, çeşidindən və keyfiyyətindən asılı olaraq müxtəlif şəkildə dəyişilir.

Beynəlxalq turizmin növləri Beynəlxalq turizmin növləri səfərin (səyahətin) məqsədləri, müddəti, nəqliyyat vasitələri, turistlərin yerləşdirilməsi qaydaları, səfərin dəyəri, turistlərin yaş tərkibi, mövsümlər və s. üzrə təsnifləşdirilir. Məsələn, səfərin məqsədləri üzrə turizmin növləri aşağıdakılardır: kurort turizmi, ekskursiya turizmi, elmi turizm, işgüzar turizm, etnik turizm (qohum-əqrəba ilə görüş və s.).

Turizmin təşkili üzrə beynəlxalq turizm *mütəşəkkil* və *qeyri-mütəşəkkil* turizmə ayrılır. Mütəşəkkil turizm turist firmaları, ya-

¹ İnklyuziv - (fransızca *inclusif*) - hərfi mənada özünə daxil etmə, özünə qoşma deməkdir; tur isə burada dövrə mənasındadır.

xud könüllü ictimai təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilir. Xarakterinə görə bu növ turizm üç qrupa ayrılır: *planlı, öz fəaliyyətli və sərbəst (asılı olmadan)*. Sonuncusunu qrup halında bir neçə nəfər toplaşib razılaşıdır, özləri də təşkil edirlər.

Qeyri-mütəşəkkil qrupuna fərdi turizm aid edilir.

§ 2. Turist xidmətlərinin verilməsi (satışı) üzrə sazişlərin əsas şərtləri

Turist əməliyyatları həyata keçirilərkən turist xidmətləri istehsalçısı (icraçısı) ilə turist firmaları arasında bir tərəfdən və turist firması ilə müştəri-turistlərlə digər tərəfdən müəyyən münasibətlər yaranır. Turist xidmətləri istehsalçısı (nəqliyyat təşkilatları, mehmanxana, restoran, ekskursiya bürosu və s.) turist agentliyi, yaxud turist operatoru arasında münasibətlər əksər hallarda agent sazişləri vasitəsilə tənzimlənir.

Agent sazişi turist xidmətləri istehsalçısının (sazişdə bu, "prinsipial" adlanır) turist agentliyinə həm bu xidmətlərin ayrı-ayrı növlərinin, həm də inklyuziv-turların (yuxarıda deyildiyi kimi, bu xidmətlərin tam kompleksi çox vaxt turistlər aviasiya ilə daşınıldıqda tətbiq edilir) prinsipialın adından və prinsipial hesabına satmaq hüququnun verilməsini nəzərdə tutur.

Agent sazişləri həm yazılı, həm də şifahi formada rəsmiləşdirilə bilər. Onun yazılı forması xüsusi blankda olur və lisenziya adlanır. Bu sazişdə lisenziya alan firmanın adı və ünvanı, turist xidmətinin növü, agent fəaliyyətinin aid olunduğu rayon, prinsipialın adı və ünvanı göstərilir.

Prinsipial sifətində çıxış edən iri şirkətlərin özlərinə məxsus

birtipli lisenziya blankları olur. Bu olmadıqda, onlar müxtəlif turist assosiasiyaları tərəfindən işlənilib hazırlanmış variantlardan istifadə edirlər.

Agentlik qarşısında qoyulan tələblərin həcmi və xarakteri eyni deyil. Bu tələblər milli bazarların konkret şəraitindən asılıdır.

Birtipli agent sazişləri çox hallarda aşağıdakı şərtləri nəzərdə tutur:

- agent öz fəaliyyətini turist agentliyi üçün müəyyən edilmiş binada və ünvanda həyata keçirməli və buna xüsusi icazə (lisenziya) olmalıdır;

- agent biletləri və turist xidmətləri ancaq prinsipialın müəyyən etdiyi qiymətə satılmalıdır;

- agent müəyyən haqq (muzd) almalıdır. Lakin o, aldığı haqqın bir hissəsini faiz hesabına güzəşt kimi müştəriyə və yaxud digər agentə verməməlidir. Bu növ haqqı bölüşdürmək qəti qadağandır;

- xidmətlərin satışından hasil olunan pul vəsaitinin hamısı agentə məxsus deyil, onun öz xüsusi vəsaitindən ayrılır;

- turist xidmətlərinin satışının təşkilinə aid olan bütün sənədlər prinsipial tərəfindən istənilən vaxt yollanıla bilər;

- agent prinsipialın təklif etdiyi xidmətlərin reklamını hər cür mümkün vasitələrlə təmin etməlidir.

Bu da çox vacibdir ki, agent sazişlərinə çox hallarda belə bir qeyd-şərt də əlavə olunur ki, təəhhüd götürən agent digər firmalarla işgüzar münasibətlərə girişməməli və onların, ümumiyyətlə sair firmaların da turist xidmətlərini satnamalıdır.

Agentin komission mükafatının (haqqının) miqdarı göstərilən turist xidmətlərinin növünə və həcminə görə verilir. Məsələn, agentə aviasiya turlarının satışından 5,5-7,5%, gəmiçilik turunun

satışından 10-15% miqdarında haqq (komission mükafatı) verilir.

Franşiz müqaviləsi Müasir şəraitdə turist xidmətləri istehsalı ilə turist agentliyi arasında yeni bir münasibətlər sistemi geniş yayılmağa başlamışdı. Bu, franşiz sistemidir. Franşiza göndərilən malın müqavilədə göstərilən miqdarından kənarlaşma həddi deməkdir və bir qayda olaraq faizlə ifadə edilir.

Franşiza çox hallarda lisenziyalaşdırma sistemilə üst-üstə düşür, mahiyyətcə bu sistemə bənzəyir. Fəqət, bu sistem franşiza alanın franşizadaların idarəetmə metodları və texnoloji proseslərilə bağlı olduğundan daha sürətli inkişafa doğru gedir.

Franşiza sistemi franşiza müqaviləsinin iki tərəf arasında bağlanmasını nəzərdə tutur. Bu müqavilə ticarət markası altında, yaxud da franşizadaların texnologiyası əsasında istehsal olunan turist xidmətlərini nəzərdə tutur. Məsələn, mehmanxana təsərrüfatı sistemində bunlar nəzər alınır:

a) franşiza alanın müəyyən tipli xidmətin reklam vasitəsi kimi franşizadaların ticarət markasından istifadə etməsi;

b) mehmanxanada franşizadaların xidmət etmə texnologiyasının və standartlarının tətbiqi;

v) franşizadar tərəfindən işlənib hazırlanmış mühasibat hesabatının aparılması da daxil olmaqla, mehmanxananın idarə olunması sistemi və metodlarının tətbiqi;

q) franşizadaların müəssisələrində franşizadar tərəfindən təcrübə keçmə də daxil olmaqla işlənib hazırlanmış işçi və qulluqçu heyətinin hazırlanması metodlarından istifadə edilməsi və s.

Müştəri-turist və turist agentliyi arasında münasibətlər bir qayda

olaraq şifahi razılaşmalar, yaxud vauçerdə¹ şərh olunmuş inklyuziv - turun şərtləri ilə rəsmiləşdirilir.

Əgər müştəri-turistin fərdi turizmdə marağı olarsa, o, turist agentliyinə onun üçün səfər (səyahət) proqramının hazırlanması və xidmətin ayrı-ayrı növləri və yaxud kompleks növləri üzrə səyahətin dəyərini bildirmək barədə tapşırıq verir. Eyni zamanda müştəri öz adını və soyunu, cəmiyyətdə vəziyyətini, səyahət edəcəyi məmləkəti və marşrutu, səyahətdə olacağı müddəti, xidmət dərəcəsini və s. göstərməklə anket doldurur. Əgər müştəri proqram və səyahətin dəyərilə razılaşarsa, bu halda o, həmin dəyərin 5%-ni avans kimi turist agentliyinə verir.

Əgər müştəri inklyuziv-tur üzrə qrup halında səyahətlə maraqlanarsa, turist agentliyi ona reklam materialı təqdim edir. Bu materiallarda digər reklam növlərindən əlavə, dəyəri göstərilməklə səyahətin marşrut müddəti və səyahətin başlanması tarixi də əks etdirilir.

Çox hallarda xarici pasportların rəsmiləşdirilməsi və vizaların alınmasını da turist agentliyi öz üzərinə götürür.

§3. Beynəlxalq turizm üzrə əməliyyatların təşkilati formaları

Son dövrlərdə beynəlxalq turizm əməliyyatlarının təşkilati formaları müəyyən dəyişikliklərə məruz qalmışdı. Dəyişikliklər, ilk növbədə, kütləvi turizmin inkişafı və onun yeni təkmilləşmiş əsaslara keçməsi ilə bağlıdır.

Beynəlxalq turizmin müasir təşkilati formaları üçün aşağıdakılar

¹ Vauçer - turist agentliyi tərəfindən verilən xidmətlərin konkret növlərinin ödənilməsinə təsdiq edən mübədilə orderidir.

xarakterikdir.

1. Aşağıda göstərilən turist xidmətlərini təklif edən çoxsaylı pərakəndəsatis firma qrupları arasında təmərküzləşmənin güclənməsi; turist agentliklərinin artması; bu agentliklərdən bir çoxunun hüquqi və təsərrüfat müstəqilliyindən məhrum olunması; onların digər şirkətlərlə münasibətlərində yeni əlaqələrin yaranması (lisenziyaların, fransızaların və s. verilməsi əsaslarında).

2. Turist topdansatis firmalarının fəaliyyət xarakterinin dəyişməsi və onların turist-operator firmalarına çevrilməsi.

3. İri turist sənayesi korporasiyalarının yaranması və onların müştərilərə turist xidmətləri verilməsi üzrə bilavasitə əməliyyatların həyata keçirilməsi.

4. "Qeyri-turist" kapitalının nəqliyyatın, ticarət firmalarının, bankların sığorta cəmiyyətlərinin, qəzet trestlərinin turist biznesi sahəsinə nüfuz etməsi.

Müasir mərhələnin xüsusiyyətlərindən biri də mehmanxana şirkətlərinin mehmanxanalarda avtomatlaşdırılmış elektron-hesablama sisteminin idarəetmə və mehmanxanalarda ehtiyat yerlərin saxlanması sahələrinin tətbiq edilməsidir. Məsələn, ABŞ-da və Qərbi Avropada "Amekospeys bank", "Xolideks", "İnterkontinental - TVA", "Xilton - Panamerikan", "SİTEL" kimi milli sistemlər fəaliyyət göstərir. Bu sistemlər hər bir fərdi pərakəndəsatis razılıqların tez və dəqiq uçotunu aparır, mehmanxanalarda, nəqliyyatda ən az vaxt sərfilə ehtiyatda yer saxlamayı həyata keçirərək, müştəriyə az bir vaxt ərzində istənilən informasiyanı verir. Onlar maneəsiz olaraq bütün hesab sənədlərini verir və zəruri ödəncələri təmin edir. Bu sistemlərin istifadəsi bütün turist sənayesinin kökündən dəyişməsinə imkan verdi.

Yuxarıda deyilənlərlə bağlı müxtəlif kateqoriyalı firmaların funksiyalarını və xarakterlərini nəzərdən keçirək.

Turist agentliyi Turist agentliyi pərakəndəsə satış formasıdır. O, bir tərəfdən xidmət edən firmaları, yaxud turoperatoru firmaları ilə müştəri-turist arasında vasitəçilik edir.

Turist agentliyi ya turoperator firması tərəfindən inklyuziv-turu qaydaya salır, yaxud da fərdi və qrup turistlərə ayrı-ayrı xidmətlər təqdim edir. Inklyuziv-turlar turoperatorlar tərəfindən öncədən müəyyən edilən və xidmətlər preskurantında göstərilən qiymətlərlə satılır. Turist xidmətlərini satmaq üçün turagentlik müvafiq nəqliyyat və mehmanxana müəssisələrilə agent sazişləri bağlayır. Bu halda ayrı-ayrı növ xidmətlər onları, yəni həmin xidmətləri hasil edən istehsalçının qoyduğu qiymətlərlə satılır. İnformasiya xarakterli xidmətlər bir qayda olaraq turagentlik tərəfindən pulsuz (müftə) verilir.

Öz vəziyyətinə görə turist agentliyi iki kateqoriyaya ayrılır:

a) *müstəqil, daha doğrusu, digər firmalarla heç bir qohumluq əlaqələri saxlamayan*. Müstəqillik onun kapitalı üzərində başqa bir firmanın nəzarəti olmadığı kimi təzahür edir;

b) *turoperator firmaları*. Bu firmalar turist sənayesi şirkətlərinin, ticarət firmalarının, iri bankların, sığorta cəmiyyətlərinin və s. şirkətlərin qız filialı və qız şirkəti formasında çıxış edə bilər.

İnkişaf etmiş ölkələrdə təqribən 25 min turist agentliyi fəaliyyət göstərir ki, bunların da 7,8 mini ABŞ-da, 4,0 mini İngiltərədə, Almaniya və İtaliyada, 700-ü Fransada yerləşir. Turist agentlikləri əməliyyatlarının təxminən yarısı beynəlxalq turizmin payına düşür. Bunların da içərisində inklyuziv-turlar üzrə satış və fərdi turistlərə avia biletlərin realizasiyası xüsusi yer tutur.

Maraqlıdır ki, rəqabətə tab gətirsinlər deyə bəzi hallarda kiçik və orta turagentliklər kooperativdə, yaxud konsorsiumlarda birləşirlər. Bunda əsas məqsəd isə topdansatış turist firmaları ilə razılaşmalarda ümumi siyasət və sazişin ümumi şərtlərini işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. ABŞ-dakı "Cayents" kooperativ birliyini buna misal gətirmək olar. "Cayents" 210 pərakəndəsətış agentliyini birləşdirir.

Turist-operator firmaları Bunlar turist topdansatış firması kimi turist sənaye müəssisələrilə turist agentlikləri arasında da vasitəçi sifətində çıxış edirlər.

Turist-operator firması "inklyuziv-tur"lar təşkil edir və öz adından onları ya agentliklər vasitəsilə, yaxud da bilavasitə müştərilərə realizə edir. Təşkilətmə prosesində tuoperator firmaları yerləşdirmə, iaşə, nəqliyyat müəssisələri ilə, habelə turun xarakterindən asılı olaraq mədəni-maarif idarələri və ekskursiya büroları ilə turist xidmətlərinin topdansatıcısı kimi əlaqələr yaradır.

Çox hallarda tuoperatorlarda uzunmüddətli kontraktlar əsasında məhınanxanalar və müxtəlif yerdəyişmə (daşıma) vasitələri (təyyarələr, gəmilər, avtobuslar və s.) icarə etməklə bir tərəfdən onları təmin edir, digər tərəfdən isə turist xidmətləri istehsalçılarından xeyli güzəştlər alırlar.

Tuoperator adətən öz turlarını satdırmaq üçün turagentliyinə müraciət edir. Bu məqsədlə turagentliyinə lisenziya verir. Belə ki, turagentliklə agent müqaviləsi bağlayır və onu, yəni turagentliyi reklam və müvafiq ədəbiyyat ilə təmin edir. Hər bir iri tuoperator firmasının turist xidmətlərinin pərakəndə satışını həyata keçirən 500-dən 2000-dək turagentliyi olur.

Öz fəaliyyətinin profilinə görə operator-firmalar turların təşkili

üzrə aşağıdakı ixtisaslaşmış nəqliyyat vasitələrindən istifadə etməklə əsas qruplara ayrılır:

- a) xüsusi icarə edilmiş (çarter) təyyarələrindən;
- b) avtobus ekskursiyası;
- v) dəmiryolu ekskursiyası;
- q) dəniz ekskursiyası.

Turist korporasiyaları Bunlar müxtəlif turist xidmətləri təklif edən firmaların geniş dairəsini birləşdirən turist biznesinin iri müəssisələridir. Bunlara əsasən,

turist mehmanxana kompleksləri aiddir. Kapitalın təmərküzləşməsi və beynəlmilliləşdirilməsi prosesi 1960-cı illərin ortalarında gücləndi ki, bu da nəhəng turist firmaların əmələ gəlməsinə səbəb oldu. Fəaliyyət sferasına və miqyasına görə bunların bir çoxu transmilli korporasiyalara çevrildi və əhəmiyyətli dərəcədə öz ölkəsinin turist bazarlarını inhisar altına alaraq, sahələrarası güclü istehsal - təsərrüfat kompleksləri yaratdılar. Bu komplekslər demək olar ki, turist biznesinə xidmət edən ən müxtəlif sənaye sahələrinin müəssisələrini, habelə nəqliyyat, bank, sığorta və s. şirkətlərini özündə cəmləşdirdi.

Turist korporasiyaları müxtəlif ölkələrdə turoperatorlar və turaqentliklər şəbəkəsinə malikdirlər. Onların vasitəsilə inklyuziv-turları və turist xidmətlərinin ayrı-ayrı növlərini həyata keçirirlər.

Turist kompleksləri eyni zamanda öz ölkəsinin turist biznesində hakim vəziyyət tutan və beynəlxalq turist bazarlarına xidmət edən çoxsahəli iri konsernlərdir. Bu növ nəhənglər Almaniyada (onun "TUN" nəhəng firmasının Fransada "Turana-Frans" filialı, Avstriyada "Turana-Avstriya" filialı vardır), Fransada, İsveçrədə, Hollandiyada və s. inkişaf etmiş ölkələrdə fəaliyyət göstərirlər.

Mehmanxana kompleksləri Müasir şəraitdə mehmanxana kompleksləri turistlərə nəinki təkcə onların yerləşdirilməsi xidmətlərini göstərir, eyni zamanda digər turist xidmətlərinin geniş kompleksini, o cümlədən daha əhəmiyyətli xidmətlər də təklif edir. Bu xidmətlərə mehmanxanaların restoran və kafelərində yeməyin təşkili, konfrans (müşavirə) keçirmək üçün biletlərin (dəvətnamələrin) təşkili, avtoprokatın rəsmiləşdirilməsi və taksinin çağırılması, teatr, ekskursiya və s. üçün biletlərlə təmin olunması, kommunal-məişət oyunlarının və əyləncələrinin təşkili, turist və digər informasiyaların verilməsi, suvenir və sair malların satışının təşkili və digər xidmətlər aiddir.

Təmərküzləşmə nəticəsində turist sənayesində iri mehmanxana kompleksləri yarandı. Bu birləşmələr (komplekslər) idarəetmənin və mehmanxana fondunun bölüşdürülməsinin avtomatlaşdırılması sistemi vasitəsilə mümkün oldu. Dünyada ümumi sayı 1,6 milyon nömrəsi (otağı) olan yüzə yaxın belə nəhəng mehmanxana kompleksi fəaliyyətdədir. Bunlar bir sıra ölkələrdəki bir çox mehmanxana müəssisələri şəbəkəsini öz nəzarəti altında saxlayan çox iri 19 mehmanxana kompleksidir.

Bu sahədə də öz sferasına və miqyasına görə bir sıra aparıcı mehmanxana şirkətləri transmilli korporasiyalar formasında çıxış edirlər. Məsələn, ABŞ-ın "Xolidey inz" kimi ən iri şirkətin 50 ölkədə fəaliyyət göstərən 1755 mehmanxanası vardır.

Bəzi iri mehmanxana korporasiyaları kapitalına görə qarşılıqlı (birgə) olurlar. "Etap-otel" mehmanxana kompleksi Fransa və İngiltərənin birgə firmasını buna misal göstərmək olar. Onun 170 mehmanxanasında 79-u müxtəlif ölkələrdə fəaliyyətdədir.

Turist biznesi sistemində digər sahələrin də şirkətləri vardır.

Bunlar aşağıdakılardır:

1. Nəqliyyat şirkətləri. Bu şirkətlər həm fərdi turistlərə ayrı-ayrı növ xidmətlər, həm də özünün xüsusi mehmanxanası bazarı əsasında inklyuziv-tur formasında kompleks xidmətlər təklif edir. Bu baxımdan aviasiya şirkətləri xüsusi fərqlənirlər. Onların özlərinin xüsusi mehmanxana kompleksləri olur. Turist biznesində gəmiçilik, dəmir yolu, avtobus şirkətləri də iştirak edirlər.

2. Ticarət firmaları. Təqribən, 70-ci illərdən başlayaraq turist xidmətlərinin realizasiyası ilə fəal məşğul olurlar.

3. Sənaye firmaları. Bunlara ilk növbədə turist biznesinə xidmət göstərən sahələr aiddir. Sənaye firmaları birgə iştirak etmə sistemi əsasında turist firmaları əldə edir və onları öz strukturlarına daxil etməyə cəhd göstərirlər.

Beynəlxalq turist təşkilatları Beynəlxalq turist əlaqələrinin intensiv inkişafı çoxsaylı beynəlxalq turist təşkilatlarının təşəkkülünə səbəb oldu ki, bu da beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin bu sferasının daha yaxşı təşkilinə təsir göstərdi. Ümumilikdə 70-ə yaxın müxtəlif profilli və statuslu beynəlxalq təşkilatlar beynəlxalq turizmin inkişafı məsələləri ilə məşğul olurlar. Aşağıda bunlardan bir neçəsini göstərmək yerinə düşər:

- a) BMT sisteminin ixtisaslaşmış orqanları;
- b) beynəlxalq turizmin inkişafı məsələləri epizodik müzakirə olunan və öz fəaliyyəti sferasının başlıca dairəsi hesab edilməyən BMT sisteminin digər orqanları;
- v) ixtisaslaşmış qeyri-hökumət təşkilatları;
- q) turizm üzrə beynəlxalq ticarət təşkilatları;
- ğ) milli və məhəlli təşkilatlar. Bunlar da öz növbəsində az-çox beynəlxalq turizmin inkişafına təsir göstərirlər.

§ 4. Beynəlxalq turist bazarlarının öyrənilməsi

Ölkələrin turist bazarlarının öyrənilməsi göstəriciləri Turist bazarlarının təhlili və öyrənilməsi ərazi bazarlarının seçimini və hər bir konkret məmləkətin müvafiq sosial-iqtisadi bazarının göstəricilərinin öyrənilməsini nəzərdə tutur. Bu göstəricilər əsasən aşağıdakılardır:

1. Məmləkətin əhalisi: yaş strukturu; əhalinin əmək qabiliyyəti strukturu; şagirdlərin, tələbələrin və təqaüdüçülərin sayı; ayrı-ayrı kateqoriyalar üzrə əhalinin artım sayı; ailələrin sayı və strukturu və s.

2. Əhalinin həyat şəraiti: əhali məsrəflərinin strukturu və həyat səviyyəsi, tədiyyə qabiliyyətli tələbin dinamikası, məzuniyyət sistemi, qeyri-iş günlərinin sayı, məzuniyyət ödənişi və s.

3. Daxili və beynəlxalq turizmin inkişafı səviyyəsi: ölkəyə xarici turistlərin gəlməsi və öz turistlərinin xaricə getməsi; turizmin ən çox yayılmış növü və onun coğrafi axını; əhalinin bütövlükdə və ayrı-ayrı maddələr üzrə turizmə sərf edəcəyi məsrəflər.

4. Ölkədə beynəlxalq turizmin təşkilində turoperatorların və turagentliklərinin rolu; turist sənayesinin inhisarı vəziyyəti:

5. Ölkənin nəqliyyat əlaqələri, nəqliyyat növləri üzrə turizmin təsnifatı: beynəlxalq və ölkədaxili aviasiya, avtomobil, dəmiryolu və su nəqliyyatının inkişafı və onlardan turizm məqsədilə istifadəsi; növlər üzrə nəqliyyat marşrutlarının təsnifatı: aviasiya marşrutu; dəniz və çay marşrutu; turistlərin daşınması ilə əlaqədar qarışıq nəqliyyat növlərindən istifadə.

6. Səyahət məqsədləri baxımından turizmin növləri: onların davamlılığı, mövsümlüyü, coğrafiyası, məsrəflərin strukturu və

ümumi həcmi.

7. Turist xidmətlərinin qiymətləri: bütövlükdə və ayrı-ayrı növlər üzrə turların qiymətləri, mehmanxana tarifləri, restoran qiymətləri, tariflər də nəzərə alınmaqla aviadaşımaların dəyəri.

8. Rəqabət aparan firmalar və onlar tərəfindən təklif olunan turların xarakteri: səyahət proqramı, xidmətlər dəsti, qiymətlər səviyyəsi.

9. Turist bazası: turizmin bütün növlərini təmin etməyə qadir olan maddi-texniki təchizat; mehmanxanalarda və restoranlarda yerlərin sayı; turistlərə göstəriləcək obyektlərin buraxılış qabiliyyəti (gücü).

10. Mütəşəkkil turizmin proqramı: marşrutların tematik yönümü (ənənəvi marşrutlardan əlavə); diqqətəlayiq (baxmalı, görməli, maraqlılığı) yerlərlə tanışlıq və istirahət şəraiti; işgüzar səyahət; ekskursiyalar və s.

11. Turizm üzrə reklam vasitələri: rəqib firmaların reklam məsrəfləri; reklam elanlarının və reklam tədbirlərinin dəyəri; reklam edilərkən nəzərə alınan turist bazarının seqmentləri, o cümlədən gənclər bazarı, yaşlılar bazarı, "üçüncü yaşlılar" bazarı; reklam vasitələri üzrə məsrəflərin strukturu (məsələn, ABŞ-da reklam növləri üzrə məsrəflər sərifi qəzetlərdə elanlar üçün 45%, jurnallarda 10%, televizorda 42%, radioda 3% təşkil edir).

12. Turist tələbli mallar. Məsələn, turistlər Yaponiyada, əsasən, radiomallar və fotoaparatlar, İsveçrədə - saatlar, Fransada - ətriyyat məmulatı və modalar salonu məhsulları, İtaliyada ayaqqabı, İngiltərədə - viski və s. satın almağa həvəs göstərirler.

**Beynəlxalq turizm üzrə
əməliyyatların statistik uçotu**

Beynəlxalq turizm üzrə ölkənin
mədaxil və məsrəflər uçotunun
metodikası BMT-nin turizm və

səyahət üzrə I Konfransı tərəfindən işlənilib hazırlanmışdır.

Bütün ölkələrin "turizm" ödəniş balanslarında mədaxil və məsrəflər maddələri uçotunun səhmana salınması məqsədilə Beynəlxalq Valyuta Fondu müvafiq tövsiyələr hazırlamışdır. Həmin tövsiyələrə əsasən *balansın aktiv hissəsinə* aşağıdakı maddələr daxildir:

- turist malları və xidmətləri satışından daxilolmalar;
 - sair xidmətlər satışından, o cümlədən kadrlar hazırlığı, həmin ölkənin xarici ölkələrə mütəxəssis xidmətlərin satışından (verilməsindən) daxilolmalar;
 - xaricdən gələn turistlərin nəqliyyat məsrəfləri (yerli nəqliyyat, beynəlxalq nəqliyyat);
 - turist sənayesinə xarici kapitalın investisiyası;
 - digər ölkələrdən verilən kreditlər üzrə daxilolmalar (faiz məbləği, kapital ödənci);
- Ödəniş balansının passivində* isə bunlar göstərilir:
- turist malları və xidmətlərinin əldə edilməsi;
 - idxalat malları üzrə məsrəflər, o cümlədən bilavasitə (vasitəsilə) idxalat, bilvasitə (vasitəli) idxalat;
 - sair xidmətlərin, o cümlədən kadrlar hazırlığı, xarici mütəxəssislərin əməyinin ödənilməsi üzrə xidmətlər məsarifi;
 - qeyri-yerli xarakter daşıyan turistlərin daşınması üzrə nəqliyyat xərcləri;
 - xarici ölkələrə investisiya;
 - uzunmüddətli xarici kreditlər üzrə məsrəflər (faiz məbləği

kapital ödənci).

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq turizm əməliyyatlarının səciyyələndirilməsi.
2. Turizm növlərinin xarakterik cəhətləri.
3. Turist xidmətləri üzrə satış sazişlərinin şərtləri və onların xarakteristikası, franşiz müqaviləsi.

Beynəlxalq turizmin təşkilati formaları (turizm əməliyyatları üzrə səciyyələndirilməsi).

Turist bazarının tədqiq edilməsi yolları.

XIV FƏSİL. BEYNƏLXALQ İSTEHSAL-TEXNİKİ ƏMƏKDAŞLIQ ÜZRƏ RAZILAŞMALARIN (SAZIŞLƏRİN) REALİZƏ OLUNMASINDA FİRMALARIN YERİ VƏ ROLU

§ 1. Beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələrin əsas növləri.

Onların təşkilati formaları

Beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələr anlayışı çox genişdir və bütövlükdə öz xarakteri və məzmununa görə müxtəlif növ fəaliyyətləri ehtiva edir.

Beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələr dedikdə, elm, texnika və istehsal sahəsində müxtəlif ölkələrin müstəqil istehsalçıları arasındakı münasibətlər nəzərdə tutulur. Bu anlayışın ayrı-ayrı komponentlərini - tərkib hissələrini açıqda beynəlxalq transmilli korporasiyaların həm firmadaxili, həm də firmalararası əlaqələri aydın olur. Beynəlxalq əlaqələrə həm də bir ölkədə əsaslanmış iki və daha çox ölkənin firmaları arasında müəyyənləşdirilmiş əlaqələr aiddir.

Beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələr beynəlmiləçilik əsaslarda istehsalın ictimai xarakterinin xüsusi formasının təzahürüdür. Beynəlxalq miqyasda istehsalın ictimailəşdirilməsi formalarından biri beynəlxalq əmək bölgüsüdür ki, bunun da nəticələri mübadilədə özünü göstərir. Müxtəlif ölkələrdə olan müxtəlif istehsalçıların fəaliyyətinin nəticələri üzrə mübadilənin ali forması işə ticarətdir.

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər şəraitində istehsalçı öncədən bilməlidir ki, onun məhsulu kim tərəfindən və hansı miqdarda

alınacaqdır. Buna görə də o, qabaqcadan məhsulun bütün keyfiyyət, istehsal-texniki və istismarı xarakteristikasını razılaşıdır-malıdır. Müxtəlif ölkələrlə olan müxtəlif istehsalçılar arasında bu cür istehsal-texniki əlaqələr bir neçə növdə olur. Burada söhbət hər şeydən əvvəl sahəvi və sahədaxili ixtisaslaşmadan və beynəlxalq kooperativləşmədən, xüsusən ayrılıqda hər bir predmet və predmet (məhsul) hissələri üzrə texnoloji ixtisaslaşmalardan gedir.

Beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələrin inkişafı bilavasitə dünya bazarında rəqabətin kəskinləşməsilə şərtlənir. Bu, istehsal sahəsində transmilli korporasiyanın təsiri göstərmə nüfuzunu bölüşdürməyə vadar edir. Bu isə, öz növbəsində, rəqabət mübarizəsinin satış sahəsindən istehsal sahəsinə keçirilməsi deməkdir.

İstehsal-texniki əməkdaşlığın İstehsal-texniki əlaqələrin konkret məqsədlərinin realizə edilməsi dedikdə müəyyən təşkilati

formaların və metodların tətbiqi nəzərdə tutulur. Bu təşkilati-hüquqi formalara aşağıdakıları aid etmək olar: a) əməkdaşlıq obyektindən (sahəsindən) və sair şərtlərdən asılı olaraq sənaye əməkdaşlığı barədə sazişlər; b) firmaların qarışıq şirkətlər, sənaye konsorsiumları, assosiasiyalar formasında birləşməsi; v) əməkdaşlıq edən firmaların əlaqələndirilməsini, razılaşmalarını, məsləhətləşmələrini həyata keçirən xüsusi orqanların yaradılması. Əməkdaşlıq çərçivəsində fəaliyyətin xarakterindən asılı olaraq bu firmaların hər biri aşağıdakı kimi müxtəlif təşkilati-hüquqi qaydada (şəkilə) istifadə oluna bilər:

1. Sənaye əməkdaşlığı barədə sazişlər (razılaşmalar). Bu sazişlər texniki biliklərin digərinə verilməsi (satılması), yaxud onların mübadiləsi, istehsalın və işçi qüvvəsindən istifadənin ən

ümdə şərtlərinin axtarılması, istehsal xərclərinin azaldılması və s. məqsədlərlə bağlıdır. Çox hallarda bu sazişlərdə marağı olan tərəflər arasında xidmətlərin və malların mübadiləsi də nəzərdə tutulur. Bu halda sənaye əməkdaşlığı haqqında sazişin (müqavilənin) xarakteri həmin əməkdaşlığın fəaliyyəti müddətini nəzərdə tutur.

Bir qayda olaraq sənaye əməkdaşlığı haqqında saziş bağlamazdan öncə firmalar nəzərdə tutulan əməliyyatların imkanları və rentabelliliyi barədə tədqiqatlar aparırlar. Bu tədqiqatlar adətən aşağıdakı məsələləri əhatə edir:

- əməkdaşlıq edən ölkələrin milli qanunvericiliyi və iqtisadi vəziyyəti, habelə sənaye əməkdaşlığı üzrə bağladıkları müqavilələrə həmin ölkələrin vergi qanunvericiliyinin mümkün təsiri;

- sənaye əməkdaşlığı haqqında bağlanması nəzərdə tutulan müqavilələrə təsir göstərə biləcək hökumətlərarası razılaşmalar;

- bazarın öyrənilməsi və sənaye əməkdaşlığı nəticəsində əldə edilən məhsulun satış imkanları;

- sənaye əməkdaşlığının mümkün sahələri.

2. Firmaların birləşdirilməsi. Təşkilati-hüquqi formalarından asılı olaraq firmalar iki qrupa ayrılır: *hüquqi şəxs forması daşıyan birgə müəssisələr (cəmiyyətlər) və könüllülük (müqavilə) əsasında birləşmiş hüquqi şəxs olmayan birliklər (konsorsiumlar, assosiasiyalar).*

Bunların hər birinə nəzər yetirək.

Birgə müəssisələr. Bunlar praktiki olaraq beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın bütün növlərinin həyata keçirilməsinin mühüm forması kimi çıxış edirlər. Birgə fəaliyyət göstərmək üçün onlar iki, yaxud bir neçə ölkənin sahibkarlarına məxsus olan

kapitalların birləşdirilməsilə yaradılır. Birgə müəssisələrin (firmanın) məqsədi istehsalın ixtisaslaşdırılması və kooperasiyası üzrə razılaşmaları (sazişləri) realizə etməkdən, iri sənaye müəssisələri yaratmaqdan, yeni məhsul istehsal edilməsini səhmana salmaqdan və s. ibarətdir.

Bundan əlavə, birgə müəssisələr istehsalın (ticarətin) yeni sahələrində elmi tədqiqat işləri aparmağa, bir neçə şirkətin vəsaitini (kapitalını) birləşdirməyə, yeni məhsulun istehsalının mənimsənilməsi ilə bağlı iştirakçılar arasında riski bölüşdürməyə imkan yaradır.

Konsorsium. Bu, hüquqi və təsərrüfatı cəhətdən asılı olmayan məhdud sayda firmaların müqavilə əsasında müvəqqəti birləşməsidir. Əsas məqsədi onun iştirakçıları tərəfindən müəyyənləşdirilmiş vaxt ərzində son nəticələri əldə etmək üçün firmaların fəaliyyətini əlaqələndirməkdir. Konsorsiumlar çox hallarda irimiqayslı layihələrin yerinə yetirilməsi üçün yaradılır. Belə ki, məhz maliyyə çətinlikləri, habelə texniki və sair səbəblər üzündən ayrıca götürülmüş bir firma bu vəzifənin öhdəsindən gələ bilmədiyinə görə onlar konsorsiumda birləşirlər. Həm də konsorsium sifarişçilər qarşısında ümumi məsuliyyəti öz üzərinə götürür.

Assosiyasiya. Bu isə müəyyən bir sazişi (razılaşmanı) yerinə yetirmək məqsədilə iki, yaxud bir neçə firma arasında müqavilə bağlamaq şərtilə onların (həmin firmaların) birliyi deməkdir. Bunun məğzi ondan ibarətdir ki, müqavilə tərəfləri imkanlarına görə həmin işə müəyyən zəruri kapital qoyur və qoyduğu öz kapitalına münasib həmin işin nəticələrində istifadə edirlər. Nəticələr isə həm gəlirlərdə, həm də zərərlərdə ifadə olunur.

Beynəlxalq firmalararası elmi- texniki koopera siyalaşmanın məzmunu və əsas növləri.

Beynəlxalq istehsal kooperasiyalaşması birgə elmi-texniki tədqiqatların aparılması üzrə beynəlxalq əməkdaşlığın mühüm sahələrindən biridir. Bunun əsas istiqamətləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- fundamental tədqiqatlar;
- tətbiqi tədqiqatlar;
- texniki işləmələr, o cümlədən sınaq-konstruktor, texnoloji, layihə və təşkilati, habelə sınaq müəssisələrinin yaradılması;
- yeni tətbiq ediləcək texniki və iqtisadi işləmələrin ilkin mənimsənilməsi;
- yeni tətbiq olunmuş elmi-texniki nəticələrin inkişafı (yayılması).

Elmi-texniki kooperativləşdirmə məmulatın sınaq növünün və sınaq istehsalın (müəssisənin) yaradılması ilə tamamlanır. Bir qayda olaraq əməkdaşlığın elmi-tədqiqat sahəsində kooperantların¹ məqsədi ancaq yeni məmulatı və texnoloji prosesləri işləyib hazırlamaqdan və onları üçüncü hüquqi şəxsə satmaqdan ibarətdir.

Elmi-texniki kooperasiyanın bir neçə növünə rast gəlinir: a) yeni növ məmulatların və texnoloji proseslərin birgə işlənilib hazırlanması; b) firmalar tərəfindən buraxılan ənənəvi məmulatların və onların ayrı-ayrı hissələrinin təkmilləşdirilməsi sahəsində texnoloji problemlərin birgə həlli; v) qismən, yaxud tamamilə kooperasiyalarda iştirak edən dövlətin, firmanın vəsaiti hesabına maliyyələşdirilən iri elmi-texniki proqramın birgə işlənilib hazırlanması;

¹ Kooperantlar - kooperasiyanı təşkil edən və eyni zamanda onun fəaliyyətində iştirak edən tərəflər - tərəfdaşlar.

q) elmi-texniki biliklərin və öncül elmi informasiyaların mübadiləsi.

Elmi-texniki kooperasiyanın mühüm məqsədlərindən biri də firmaların öz xüsusi axtarış istiqamətlərinin dəqiqləşdirilməsidir.

Beynəlxalq əməkdaşlıqda artıq adət şəklini almışdır ki, iri layihələr üzrə işin təşkilinin ilk mərhələlərində dövlət özü həmin layihəni təklif etdikdə və onun effektivliyini müəyyənləşdirdikdə, məsrəflərin xeyli hissəsini öz üzərinə götürsün.

Qeyd edilməsi yerinə düşərdi ki, beynəlxalq kooperasiyalaşmanın effektivliyi əməkdaşlığın istiqamətinin düzgün seçilməsindən, nəzərdə tutulan son nəticələrin miqyasından və vəzifələrinədən, habelə maliyyələşdirmə mənbələrindən və şərtlərindən çox asılıdır.

Elmi-texniki kooperasiyanın təşkilati əməkdaşlığın formaları Elmi-texniki formaları olduqca müxtəlifdir. Bu, elmi-texniki

informasiyalardan başlamış tərəfdaşlar tərəfindən elmi-texniki proqramın yerinə yetirilməsindəkə həyata keçiriləcək proseslərin və ticarət əməliyyatlarının xarakterilə şərtlənir. Bu isə öz növbəsində kompleks elmi proqramların, yaxud elmi layihələrin birlikdə yerinə yetirilməsi üçün maliyyə resurslarının, elmi qüvvələrin, laboratoriya avadanlığının, eksperimental qurğuların, patentlər və lisenziyalar da daxil olmaqla əldə edilən təcrübə və biliklərin birləşdirilməsini nəzərdə tutur. Bu cür proqramların həyata keçirilməsi elmi-texniki əməkdaşlığa dair bağlanan sazişlər əsasında yerinə yetirilir. Sazişdə tərəfdaşlar arasında əlaqələrin mexanizmi, qarşılıqlı əlaqələrin formaları və nəzarət, informasiyaların bir-birinə ötürülməsi qaydası, birgə müşavirələrin və konfransların keçirilməsi müəyyənləşdirilir.

Birgə elmi-tədqiqat işləri aparmaq üçün elmi konsorsium yaradıla bilər. Bundan əlavə, tərəfdaşların işini (fəaliyyətini) əlaqələndirmək məqsədilə əlaqələndirici məsləhətçi, yaxud məşvərotçi orqan da yaratmaq olar.

Elmi-texniki əməkdaşlığın həyata keçirilməsinin təşkilati formalarından biri də səhmdar cəmiyyəti şəklində birgə elmi-tədqiqat idarələrinin, o cümlədən laboratoriyaların, institutların, elmi mərkəzlərin yaradılmasıdır. Həmin cəmiyyətin kapitalı üzv firmalar üzrə bərabər şəkildə yaradılır.

Elmi-texniki kooperasiyanın əsas formalarından biri *beynəlxalq konsorsiumlar*, digəri isə *firmalararası elmi-tədqiqat birlikləridir*. Bunlardan birincisi müxtəlif ölkələrin firmalarının elmi-texniki kooperasiyasını həyata keçirən ən geniş yayılmış formadır. Çox hallarda bu kooperasiyada firmalarla yanaşı, dövlət də iştirak edir. Bu növ konsorsiumun yaranması ilə bağlı Fransanın, Almaniyanın, İngiltərənin, İspaniyanın dövlət təşkilatlarının iştirakilə "Acrobus" kimi geniş məşhurlaşmış iri layihələr, vertolyot quruculuğunda (Fransa və Almaniya firmaları) iri layihələr meydana çıxır.

Firmalararası elmi-tədqiqat birliklərinə gəldikdə isə bu birliklər əsasən inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsində geniş yayılmışdır. Bunlar müxtəlif ölkələrdə birgə tədqiqat mərkəzləri yaratmaqla fəal beynəlxalq əməkdaşlığı həyata keçirirlər. Məsələn, ABŞ-in elektron sənayesində Ostin şəhərində mikroelektron və hesablama texnikası mərkəzi, Stenford Universiteti nəzdində kompleks sistemlər mərkəzi, Berkli şəhərində mikrotexniki laboratoriya, Şimal Karolində yarıkəçirici cihazlar üzrə Tədqiqat Korporasiyası təşkil olunmuşdur.

Bu cür iri mərkəzlər Yaponiyada, Qərbi Avropa və sair inkişaf

etmiş ölkələrdə də fəaliyyətdədir. Bu qəbildən olan iri mərkəzlərin işində milli və xarici ölkələrin iri sənaye firmaları iştirak edirlər.

§ 2. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası ticarət-iqtisad münasibətlərin inkişafı tələblərindən irəli gələn mühüm şərt kimi

Beynəlxalq istehsal kooperasiyası bütün ölkələrdə firmaların istehsal-texniki əlaqələrinin geniş yayılmış növüdür. Onun məğzi bundan ibarətdir ki, müxtəlif ölkələrin müstəqil istehsalçıları müqavilə əsasında birgə fəaliyyət həyata keçirmələri nəticəsində müxtəlif növ məhsullar yaradırlar. Bunun mühüm cəhəti isə onunla müəyyənləşir ki, iştirakçılar öncədən keçirilən şərtlənmələr əsasında hərə öz istehsalının aşağıdakı fəaliyyətləri həyata nəzərdə keçirilməsinə uyğunlaşdırır: a) istehsal gücünü yenidən tutur, yaxud yeni istehsal gücü mənimsəyir; b) istehsalın qarşılıqlı ixtisaslaşdırılmasını daha da dərinləşdirir; v) tərəfdaşlardan birinin texnologiyasını tətbiq edir.

Beləliklə, beynəlxalq istehsal kooperasiyasının iştirakçıları şərtləndirilmiş son nəticələri əldə etmək məqsədilə əlaqələndirilmiş və məqsədyönlü birgə istehsal fəaliyyətini həyata keçirirlər.

Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının digər cəhəti tərəfdaşlar arasında uzunmüddətli səbat və düzgün münasibətlərin təminatıdır. Bu, həmin növ qarşılıqlı əlaqələrdə tərəfdaşların proqramlarını daha da artırır və təkmilləşdirir.

Bunlardan əlavə, kooperasiyanın firmadaxili, yaxud firmalar-

arası olub-olmamasından asılı olmayaraq tərəfdaşlar arasında yaranan sosial-iqtisadi münasibətlərin müxtəlif xarakterliliyi beynəlxalq istehsal kooperasiyasının başqa bir mühüm cəhətini xarakterizə edir. Belə ki, məsələn, transmilli korporasiyanın firmadaxili kooperasiyası şəraitində malgöndərmə mal münasibətləri vasitəsilə ifadə edilmir, əslində transmilli korporasiyadaxili təsərrüfat əlaqələri kimi qiymətləndirilir.

Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın mühüm forması podrat kooperasiyasıdır Podrat kooperasiyasının əsas cəhəti komplektləşdirilən məmulatlarla təchizatın (zavodun, fabrikin, ümumiyyətlə, müəssisənin təchizatı) kooperasiyalaşdırılmasıdır. Komplektləşdirilən məmulatlarla təchizatın kooperasiyası, adətən, özünün ixtisaslaşması xarakterindən asılı olaraq bilavasitə istehsal asılılığında olan firmalar arasında həyata keçirilir. Bunun əsasını istehsalın hissəciklər, detallar və sair komplektləşdirilən məmulatlar üzrə beynəlxalq ixtisaslaşması təşkil edir.

Komplektləşən məmulatlar üzrə malgöndərmənin kooperasiyası müxtəlif metodların tətbiqi ilə həyata keçirilir. Bu metodlardan biri komplektləşdirilən məmulatların tərəfdaşlar arasında düzgün mübadiləsidir. Həmin mübadilə hər iki tərəfin müstəqil olaraq son məmulatın qurulmasına (istehsalına) əlverişli imkan verməlidir. Digər metodun məğzi isə bundan ibarətdir ki, tərəflər komplektləşdirən məmulatları bir tərəfdaşa göndərir (mübadilə etmə, ticarət vasitəsilə), o isə son məmulatı quraşdırır. Müasir şərait üçün bu proseslərin tək bir firma daxilində onun müəssisələri arasında təşkil edilmiş kooperasiya vasitəsilə həyata keçirilməsi daha münasib hesab olunur. Əlbəttə, bunların hamısı müqavilə

əsaslarında həyata keçirilir.

Podrat kooperasiyası

Podrat müqaviləyə əsasən "sifarişçi" adlanan tərəf "malgöndərən", yaxud "podratçı" adlanan

müqaviləsinin mühüm şərtləri

digər tərəfə son məmulat üçün hissələr, detallar və s. satın alınması barədə sifarişlər verir.

Podrat müqaviləsinin konkret obyektləri aşağıdakılardır: a) yarımfabrikatları (komplektləşdirən məmulatı) son məhsula çevirmək üçün texnoloji əməliyyatların həyata keçirilməsi; b) sifarişçinin sxemləri və spesifikasiyası üzrə komponentlərin hazırlanması (istehsalı); v) sifarişçinin texniki şərtləri əsasında hissə-ciklərin, detalların və aqreqlərin hazırlanması; q) sifarişçi, yaxud onun digər subpodratçıları tərəfindən son məmulatın (məhsulun) quraşdırılması.

Qeyd etmək lazımdır ki, digər ticarət əməliyyatları üzrə müqavilələrdə olduğu kimi, burada da tərəflər - "sifarişçi" və "malgöndərən" müvafiq öhdəliklər götürürlər. Müqavilədə xüsusən bütün komplektləşdirilən məmulatların (detalların, hissələrin və i.a.) qiymətləri öncədən təsbit edilir. Bu halda adətən üç əsas qiymət növündən istifadə olunur:

1. Müqavilənin bütün fəaliyyət müddəti üçün - çox hallarda bir il müddətinə - ciddi təsbit olunmuş qiymət;

2. Kooperasiya olunmuş məhsulun göndərilməsinə qədər real əmələ gəlmiş qiymət;

3. Dəyişən (qeyri-sabit) qiymət. Bu qiymət müqavilənin yerinə yetirilməsi dövründə istehsal xərclərində baş verən dəyişikliklər nəzərə alınmaqla hazır məhsulun (məmulatın) göndərilməsi zamanı müəyyən edilir.

Podrat kooperasiyası müqaviləsində komplektləşdirən məmulatların göndərilməsi müddəti və şərtləri öncədən razılaşıdırılır (göstərilir). Bu halda həm də sifarişlərin verilməsi qaydası müəyyənləşdirilir. Bununla bağlı bəzi firma-sifarişçilər müəyyən dövr ərzində göndəriləcək məmulatın ancaq ümumi miqdarını, digərləri isə göndərmənin konkret tarixini, hətta gününü razılaşıdırırlar, üçüncülər isə hətta malgöndərəne blank-sifariş verərək, onları istehsal ediləcək məhsulun ehtimal olunan aylıq, yaxud həftəlik istehsal səviyyəsi barədə məlumatlandırırırlar.

Bəzi hallarda müqavilədə malgöndərmə qrafiki də göstərilir. Sifariş qrafikləri sifarişçilər və malgöndərənlər arasında razılaşmalara uyğun hər ay korrektə olunur. Bəzən müqavilələrdə hətta sifarişçinin istehsal texnologiyasına nəzarət etməsi hüququ da göstərilir.

Müqavilədə eyni zamanda komplektləşdirən məmulatların satışının təşkili formaları da nəzərə alın bilər. Məsələn, hər bir firma tərəfindən buraxılan komponentlərin, yaxud son məhsulun birgə satışının təşkilini buna misal gətirmək olar. Satışla bağlı bəzi müqavilələrdə razılaşıdırılır ki, hər bir tərəf son məmulatın kooperasiyasında iştirak edəcək məhsulunun satışını özünün satış şəbəkəsi vasitəsilə öz markasının adıyla sata bilər.

Başqa müqavilələrdə olduğu kimi, podrat kooperasiyası müqaviləsində də cərimə tədbirləri barədə şərtlər göstərilir. Bu tədbirlər çox vaxt məmulatın göndərilməsi müddətinə və keyfiyyətinə riayət edilmədikdə təsbit edilir. Cərimənin səviyyəsi 20-30 faizə çatır, bəzi hallarda hətta 50 faiz də olur.

Podrat kooperasiyası müqaviləsində bütün digər müqavilələrə xas olan əlavə şərtlər də öz əksini tapır.

§ 3. Son məhsulun istehsalı üzrə beynəlxalq kooperasiya

Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının bu sahəsi firma-kooperantların vahid son məmulatın birgə istehsalını nəzərdə tutur. Adətən, belə kooperasiya texniki cəhətdən mürəkkəb quruluşlu məmulatlar üzrə təşkil olunur. Kooperasiyanın əsas yolu isə həmin firmaların maliyyə, elmi-texniki, material və əmək resurslarının birləşməsi və onlardan hər birinin son məhsulun müəyyən hissələrinin istehsalına tam məsuliyyət daşmasıdır.

Kooperasiyanın bu formasında tərəfdaşlar son məhsulun yaradılmasının bütün mərhələlərində, o cümlədən elmi-tədqiqat işlərində, məhsul istehsalının mənimsənilməsində, məhsulun seriyalı buraxılmasında, satışında, texniki xidmətlərin göstərilməsində və s. öz aralarında sıx surətdə əməkdaşlıq edirlər.

Birgə istehsalın Bu növ kooperasiya eyni istehsal
təşkilində kooperasiya profilli predmetlər üzrə həyata keçirilir.

Birgə işlənib hazırlanmış layihə əsasında beynəlxalq kooperasiya iki metodla (üsulla) həyata keçirilə bilər. *Birinci metod* belə nəzərdə tutur: tərəfdaşların iştirakı bununla məhdudlaşır ki, onlara həvalə olunmuş ayrı-ayrı komplektləşdirici məmulatları vaxtında göndərsinlər. *İkinci üsul* isə yeni son məhsulu yaratmaq üçün layihələşdirmə mərhələsindən başlamış satışına və texniki xidmətlərinədək tərəfdaşların qüvvə və vəsaitlərinin sərfini öz öhdələrinə götürməsinə nəzərdə tutur. Birinci metodla kooperasiya üzrə tərəfdaşlar bağladıqları müqavilə əsasında hazırlanacaq son məhsulun komponentlərini müəyyənləşdirir, komponentlərin spesifikasiyasını tərtib edir və onları öz aralarında bölüşdürürlər: kim hansı komponenti istehsal edəcəkdir.

İkinci metod isə tərəfdaşların daha dərin kooperasiyasını nəzərdə tutur. Həmin metodun mürəkkəbliyi bundadır ki, tərəflər mürəkkəb və çox baha başa gələn məhsul istehsalının vahid proqramını yerinə yetirmək məqsədilə öz istehsal aparatını birləşdirməli olurlar. Bu isə çox böyük həcmdə və geniş strukturda resurslar, böyük maliyyə məsrəfləri və elmi-tədqiqat, habelə layihə-konstruktor işlərini həyata keçirmək üçün birləşmiş səy və qüvvə tələb edir. Kooperasiyanın bu metodu adətən əsas podratçı kimi özünü göstərən bir şirkətdə birləşmiş müxtəlif sənaye sahələri firmalarının iştirakını tələb edir. Həm də son məhsulu yaratmaq üçün bütün öhdəliklər və məsrəflər öncədən tərəfdaşlar arasında bölüşdürülür.

Vahid son məhsulun birgə yaradılması əsasında beynəlxalq istehsal kooperasiyası, əsasən, aviakosmik sənayesində, atom enerjisi üçün maşın və avadanlıq emal edən sənaye sahəsində, gəmiqayırmada geniş yayılmışdır. Bu növ kooperasiya əsasında təyyarə quruculuğunda bir çox iri proqramlar yerinə yetirilmişdi. Məsələn, "Panaziya" təyyarələrini yaratmaq üçün "BAK" (İngiltərə), "MBB" (Almaniya) və "Aeritaliya" (İtaliya) firmaları birləşmişdi. "Alfa cct" təyyarələrinin yaradılması üçün Fransanın və Almaniyanın müvafiq firmaları, "PEA-Zos" təyyarəsi üçün Fransanın, İspaniyanın, Hollandiyanın, İngiltərənin müvafiq firmaları birləşmişdir və i.a.

Vahid son məhsulu yaratmaq məqsədilə kooperasiyanın təşkilati-hüquqi formaları

Bu firmalara aşağıdakılar aiddir:
a) *texniki əmək daşlıq sazişləri;*
b) *texniki və sənaye kooperasiyası üzrə sazişlər;* v) *birgə şirkətlər,*

konsorsiumlar, məsləhətçi təşkilatların yaradılması.

Bunların hər birinə ayrılıqda nəzər yetirək:

1. Texniki əməkdaşlıq sazişləri. Bu növ sazişlər vasitəsilə əməkdaşlığın təkcə texniki deyil, eyni zamanda ticarət-iqtisadi şərtləri də tənzimlənir. Bu növ sazişlərdə razılaşdırılan əsas şərtlər bunlardır:

- *sazişlərin obyektı*. Sazişdə kooperasiya olunan obyekt göstərilməklə yanaşı, lazım gəldikdə tərəfdaşların kooperasiyasının hər hansı bir sahəsinin genişləndirilməsi qərarlaşdırıldıqda, onun şərtləri də əks etdirilir;

- *programın idarə edilməsi*. Sazişdə qəbul olunacaq qərarda tərəfdaşlar öz iştirakını necə və hansı yollarla təmin edəcəkləri, idarəetmə orqanlarında öz nümayəndələrinin təyinatını necə həyata keçiriləcəyi, onların dövrü dəyişilməsi (əlavə edilməsi), səsvermə üsulları və s. əks etdirilir. Sazişdə həm də tərəfdaşlar arasında idarəetmə məsələləri üzrə ziddiyyətlərin həlli üsulları da müəyyənləşdirilir;

- *müqavilələr üzrə danışıqların aparılması*. Bir qayda olaraq hər bir sazişdə texniki əməkdaşlıq barədə öncədən danışıqların aparılması qaydası müəyyənləşdirilir. Burada söhbət alıcılar və hər bir tərəfdaşın səlahiyyətinə dair kontraktlar üzrə danışıqların aparılması qaydasının razılaşdırılmasından gedir;

- *tərəfdaşların məsuliyyətliyi*. Adətən, tərəfdaşlar müqavilələrə, kontraktlara məsuliyyət daşımaqla yanaşı, onlar bütövlükdə layihə üzrə də təminat (zəmanət) verməlidirlər. Həmin zəmanətlər üzrə iddialar alıcılar tərəfindən konkret firma-iştirakçı qarşısında deyil, bütövlükdə kooperasiyalaşdırılan birlik qarşısında qaldırıla bilər. Bu cür problemi həll etmək üçün adətən sazişdə belə bir prinsip nəzərdə tutulur ki, bu prinsipə uyğun olaraq hər bir iddia

üçün məsuliyyəti müqəssir firma daşmalıdır. Əgər iddia ayrıca götürülmüş bir firmaya yönəldilməsə, bu halda həmin iddia üzrə maliyyə məsuliyyətini birliyin bütün üzvləri daşır.

Sazişdə həmçinin tərəfdaşların və subpodratçıların sığorta şərtləri də əks etdirilir:

- *mülkiyyət hüququnun müəyyənləşdirilməsi*. Sazişdə həm də belə bir prinsip qoyulur ki, hər bir tərəfdaş öz tərəfdarlarının hamısına layihə ilə əlaqədar ixtiralarından, informasiyalardan, sənədlərdən istifadə etmək imkanı verir və bununla bağlı müvafiq şərtlər irəli sürür. Əgər tərəfdaşlardan kimsə bu layihədə iştirakından imtina edərsə, həmin ixtiralara, informasiyalara, sənədlərə olan mülkiyyət hüququ digər tərəfdaşlar üçün saxlanılır.

- *sazişin fəaliyyət müddəti*. Əgər müəyyən bir ziddiyyətlər, fikir ayrılıqları baş verməsə, sazişin müddəti kontraktın fəaliyyətdə olduğu bütün dövr ərzində qüvvədə qalır.

2. *Birgə müəssisələr*. Yuxarıda göstəriləni kimi, bu növ müəssisələr birliyi müxtəlif ölkələrin iki və bir neçə firması tərəfindən, əsasən, aviatexnikası, avtomobillərin və gəmilərin iri istehsal proqramlarını yerinə yetirdikdə yaradılır. Yaradılmış birgə müəssisələr birliyi (şirkəti) məmulat alıcısından əsas kontraktı satın aldıqdan sonra məmulatın istehsalını firma-təsisçilər arasında işin müvafiq növləri və həcmi üzrə yerləşdirir. Bəzi hallarda birgə müəssisələr şirkəti vahid bir məqsəd üçün yaradılır: alıcıdan əsas kontraktı qəbul etmək və onu subpodratçı təsisçilərə ötürmək. Bu halda o, yəni şirkət rəsmiyyət nöqtəyi-nəzərindən formal olaraq yaradılır. Birgə şirkət onun təsisçiləri arasında texnologiyasının, istehsalın ixtisaslaşma problemlərinin həlli, kapital qoyuluşuna qənaətin, xarici bazarlara nüfuzetmə və bu kimi sair məqsədləri də

öz qarşısına qoya bilər.

3. Konsorsiumların yaradılması. Konsorsium bir qayda olaraq iri bir layihənin həyata keçirilməsi üçün yaradılır. Beynəlxalq konsorsiumların təşkili əməkdaşlıq barədə sazişi nəzərdə tutan tərəflərin kontrakt öhdəliklərinə əsaslanır. Lakin onlar müstəqillik səlahiyyətinə malik olmurlar.

§ 4. Beynəlxalq elmi-texniki istehsal komplekslərinin və digər ixtisaslaşdırılmış birliklərin yaradılması

Bu tipli beynəlxalq kooperasiya müqavilədə göstərilən ixtisaslaşdırılma əsasında həyata keçirilir.

Müqavilədə göstərilmiş ixtisaslaşdırma əsasında istehsal proqramlarının bölüşdürülməsi barədə firmalararası sazişlər (razılaşmalar) Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının bu sahəsi iki, yaxud bir neçə firma arasında məhsul çeşidlərinin bölüşdürülməsi yoluyla həyata keçirilən istehsal proqramlarının razılaşdırılması məsələlərini əhatə edir. Burada əsas rol müqavilədə göstərilmiş ixtisaslaş-

dırma, yaxud istehsal proqramının bölüşdürülməsi barədə ayrı-ayrı firmalar arasındakı sazişlər (razılaşmalar) oynayır. Belə sazişlər adətən sazişin hər bir iştirakçısına son məhsulun müəyyən konkret çeşidinin təhkim olunması və istehsalda biri digərini təkrarlama-
ması məqsədilə rəqabətin məhdudlaşdırılmasına xidmət edir və buraxılan məhsul həmcinsliyi dərəcəsinin yüksəldilməsini, deməli, onun ixtisaslaşmasını nəzərdə tutur.

Əməkdaşlıq edən tərəflər arasında bu tipli sazişlərin bağlanması nəticəsində onların arasında möhkəm və mürəkkəb qarşılıqlı

münasibətlər yaranır. Bu münasibətlər kooperasiya olunan şirkətlərin (firmaların) istehsal-satış fəaliyyətinə və təşkilati strukturuna böyük təsir göstərir. Eyni zamanda bu, firma-iştirakçıların istehsal profillərinin qarşılıqlı razılaşmalar yolu ilə dəyişilməsi zərurətinə dəlalət edir.

Sazişlərdə məmulatın konkret növləri üzrə tərəflərin müfəssəl öhdəlikləri göstərilir. Hər tərəfdaşa məhsulun müəyyən qrupu, növü, tip ölçüləri təhkim olunur, həcmi, göndərmə müddəti və qiyməti müəyyən edilir. Sazişə müvafiq tərəfdaşın məhsulunu satarkən firma-satıcının mal nişanlarından istifadə olunması məsələləri barədə qeyd-şərt edilir, nəzarətmə, məhsulu qəbul etmə, xidmət göstərmə, habelə istehsalın səmərələşdirilməsi tədbirlərinin qaydaları müəyyənləşdirilir. Adətən, həmin saziş çərçivəsində buraxılan məhsul çeşidinin şərtləndirilmiş coğrafi rayonda (ölkədə) hər bir iştirakçının realizə etmə hüquqları da qəti müəyyənləşdirilir.

Müqavilədə göstərilən ixtisaslaşdırma barədə sazişin mühüm şərtlərindən biri də istehsalın texnologiyasına, keyfiyyətinə, buraxılan malın xarakteristikasına firmanın öməl etməsi öhdəçiliyidir.

Yuxarıda söhbəti gedən sahədə ən çox yayılmış tədbirlərdən biri cərimə məsələsidir. Hər bir növ pozuntular üçün aşağı və yuxarı hədləri nəzərdə tutulan cərimə norması müəyyən edilir.

Müqavilədə göstərilmiş ixtisaslaşmaya dair saziş çərçivəsində tərəfdaşlar məhsulun unifikasiya edilməsi, normalaşdırılması və standartlaşması məsələlərinə xüsusi fikir verməlidirlər. Bununla bağlı sazişlərdə tərəflərin birgə elmi-tədqiqat işlərinin aparılması nəzərdə tutulur. Bundan əlavə, həmin sazişlərdə aşağıdakı qeyd-şərtlər razılaşdırılır: nəzərdə tutulan elmi tədqiqatların məqsədi və

həcmi; məmulatın texniki-iqtisadi parametrləri; işin qurtarma müddəti və onun nəticələrinin istehsala təhvil verilməsi; patentlərin və lisenziyaların, habelə texniki sənədlərin mübadiləsi məsələləri; birgə işlənəcək məmulatın, yaxud yaradılacaq yeni məhsulun müddəti və onun daha da təkmilləşdirilməsinə cavabdeh olan tərəflər; elmi tədqiqatların aparılması üçün qarşılıqlı hesablaşma problemləri; tədqiqat və işləmələr sahəsində kooperasiyanın razılaşmalar və idarə edilməsi sistemi.

İstehsal proqramının bölüşdürülməsi sazişinə (razılaşmalarına) gəldikdə isə bu saziş də firmalar arasında bağlanılır və öz məzmununa görə çox müxtəlif olur. Bunlardan bir qrupu tərəfdaşların bütün istiqamətlər üzrə fəaliyyətlərinin əlaqələndirilməsi şərtlərini nəzərdə tutur. Digər sazişlər əməkdaşlığın ancaq ayrı-ayrı sahələrinə toxunur. Fəqət, çox hallarda son məmulat üzrə ixtisaslaşma və istehsal proqramının bölüşdürülməsi, onların təshih edilməsi sazişin yeganə məqsədidir. Bunu da qeyd etməliyik ki, istehsal proqramlarının bölüşdürülməsi üzrə sazişlər onun iştirakçıları arasında sıx əlaqələrin təşkilinin ancaq ilkin başlanğıc pilləsidir.

Bu növ sazişlər son illər Almaniyanın, Fransanın, İtaliyanın qara metallurgiya sahəsində geniş yayılmışdı. İstehsal proqramlarının razılaşdırılması yolu ilə kooperasiyasına, digər bir misal üçün Fransanın "Krezo-Luar" şirkətinin metallurgiya proqramlarını göstərmək olar.

Müqavilədə göstərilən ixtisaslaşdırmanın həyata keçirilməsinin ayrı-ayrı təşkilati formaları içərisində çox hallarda müxtəlif mürəkkəbliyə məxsus olan xüsusi orqanların yaradılması formasından istifadə edilir. Bunlardan ən sadəsi firma rəhbərlərinin dövrü

(vaxtaşırı) müşavirələri, daha mürəkkəbi isə müşavirə nəzdində çox da böyük olmayan nəzarət aparatının olmasıdır. Bəzi hallarda firma rəhbərlərinin müşavirəsi nəzdində katiblik tipli xüsusi təşkilatlar da yaradılır. Bu katibliyə adətən hər hansı bir nüfuzlu xadim, məsələn, hüquqşünas-mühəndis, yaxud iqtisadçı-mühəndis rəhbərlik edir. Katibliyin fəaliyyəti firmaların vəsait ayırmaları hesabına maliyyələşdirilir.

Beynəlxalq elmi-texniki istehsal komplekslərinin yaradılması

Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının mühüm forması "Cominat vençurs" adı altında yaradılan birgə elmi-texniki istehsal kompleksləridir. O, digər formalara nisbətən bir tərəfdən kooperantların ixtisaslaşmasına, onların arasında əmək bölgüsünün inkişafına təsir göstərir, digər tərəfdən isə firma-iştirakçıların özlərinin elmi-texniki və istehsal potensialının sıx birləşməsinə səbəb olur.

Təşkilati cəhətdən belə kompleks həm hüquqi şəxs kimi rəsmiləşdirilə bilər, həm də səhmdar cəmiyyəti, yaxud korporasiya hüququ forması ala bilər. Kompleksin direktorlar şurasına onun üzvləri kimi firma-təsisçilərin nümayəndələri daxil olunur. Bunlar eyni zamanda inzibati, texniki, məsləhətçi və s. komitələrin işində iştirak edirlər. Kompleksin idarə rəisinə adətən aşağıdakılar tabe olurlar: informasiya qrupları, hesablama mərkəzi, laboratoriyalar, konstruktor büroları, eksperimental sexlər və müəssisələr.

Beynəlxalq təcrübədə elmi-texniki və istehsalat kompleksinin yaradılması kifayət qədər şəhadətlik edir ki, belə komplekslər rəqiblərlə mübarizədə vahid cəbhə kimi fəaliyyət göstərir və necə deyirlər, həmin rəqiblər qarşısına ciddi siper çəkirlər. Bu növ

komplekslərin yaradılması eyni zamanda kooperativlər üçün istehsal xərclərinin aşağı salınması, yeni məhsul istehsal müddətinin qısaldılması, dünya bazarında möhkəmlənməsi imkanlarını yaradır. Beynəlxalq kooperativləşmənin bu forması özünün uzunmüddətli əlaqələri, yerinə yetirəcəyi işlərin irimiyyətliliyi kooperasiyada iş icraçılarının sıx əlaqələri və nəhayət, effektivlik potensialı ilə fərqlənir.

Beynəlxalq kooperasiyanın formalarından biri də beynəlxalq idarəetmə birlikləridir. Kooperasiyanın bu forması istehsal və satışın maddi-texniki təchizatı üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu halda həm istehsalçı, həm də istehlakçı satışı mərhələsində istehsalçılar üçün və yeni hazır texnikanın tətbiqi (istehlakçı üçün) məqsədlə birgə fəaliyyətdə bulunmaqla onlara lazımi resurslar ayırırlar. Bu hal həm də komplekslərin istehsal, satış və tətbiqetmə işlərini daha da səmərələşdirir.

Təkrar üçün suallar

1. Beynəlxalq istehsal-texniki kooperasiyanın zəruriliyi və xarakterik cəhətləri.
2. İstehsal-texniki əməkdaşlığın təşkilati formaları.
3. Podrat kooperasiyasının mahiyyəti və podrat müqavilənin mühüm şərtləri.
4. Son məhsulun yaradılmasında birgə istehsalın kooperasiyası zərurəti və onun təşkilati-hüquqi formaları.
5. Beynəlxalq elmi-texniki istehsal komplekslərin yaradılmasının və bu baxımdan firmalararası sazişlərin mahiyyəti və məzmunu.

Beynəlxalq elmi-texniki komplekslərinin yaradılması zəruriliyi.

XV FƏSİL. FİRMALARIN BEYNƏLXALQ FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAFINA YARDIM GÖSTƏRƏN TƏŞKİLATLAR

§ 1 Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafını səhmana salan və kömək edən dövlət orqanları və təşkilatları

Dövlət inhisar tənظيمinin ən mühüm funksiyalarından biri məmləkətin xarici-iqtisadi siyasətinin ümumi prinsiplərini işləyib hazırlamaqdan və bu əsasında öz siyasətini həyata keçirməkdən ibarətdir.

Müasir dövrdə xarici-iqtisadi siyasətin əsas prinsipləri və ümumi istiqamətləri aşağıdakı kimi işlənib hazırlanır və müvafiq icraedici orqanları tərəfindən həyata keçirilir: ABŞ-da Dövlət Departamenti və Ticarət Nazirliyi, İngiltərədə - Xarici İşlər və Əməkdaşlıq Nazirliyi, Almaniyada, İtaliyada, Yaponiyada, Fransada və İsveçdə Xarici İşlər Nazirliyi tərəfindən həmin dövlət departamentlərində və Xarici İşlər Nazirliklərinin nəzdində iqtisadi məsələlərlə məşğul olan xüsusi bölgələr yaradılmışdır. Məsələn, ABŞ-da Dövlət Departamenti nəzdində iqtisadi məsələlər üzrə katib müavini vəzifəsi ayrılmış, həm də iqtisadi və ticarət şöbəsi yaradılmışdır. Yaponiyada Xarici İşlər Nazirliyi nəzdində İqtisadi Əməkdaşlıq İdarəsi vardır; İtaliyada Baş İqtisadiyyat İdarəsi fəaliyyət göstərir və i.a. Bu hökumət orqanları xarici ticarətlə məşğul olan digər ölkələrin müvafiq nazirlikləri və idarələrilə birlikdə qanunvericilik orqanlarına təqdim etmək üçün qanun layihələri və xarici ticarətin tənظيمlənməsi məsələləri üzrə tədbirlər hazırlayırlar.

Xarici iqtisadi siyasətin dövlət tənzimi sistemi Dünya iqtisadiyyatı və beynəlxalq ticarət təcrübəsində yuxarıda göstərilənlərdən əlavə, xarici iqtisadi siyasətin

dövlət tənzimi sisteminin bir sıra digər funksiyaları da vardır. Məsələn, bütün ölkələrdə Xarici İşlər Nazirliyinin və Dövlət Departamentlərinin müvafiq bölmələrinin (şöbələrinin) funksiyalarına, həm də ayrı-ayrı ölkələrlə iqtisadi münasibətlərin inkişafı məsələləri üzrə tövsiyələrin hazırlanması və öz ölkəsinin təsdiqinə verilməsi də şamil edilir. Bu baxımdan Xarici İşlər Nazirliklərinin mühüm funksiyalarından biri də beynəlxalq iqtisadi təşkilatların fəaliyyətində, o cümlədən Birləşmiş Millətlər Təşkilatında, Beynəlxalq Valyuta Fondunda, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf təşkilatında, Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankında və bu qəbildən olan sair beynəlxalq təşkilatlarda beynəlxalq ticarət (mal) razılaşmaları üzrə öz ölkələrinin mövqelərinin işlənilib hazırlanması və razılaşdırılmasından ibarətdir.

Bunlar öz hökumətləri, yaxud onların nümayəndələri üçün ticarət siyasəti, valyuta-kredit münasibətləri məsələləri, həmçinin borc və kreditlər almaq, yaxud vermək və onların şərtlərini müəyyən etmək məsələləri üzrə müvafiq tövsiyələr hazırlayırlar.

Həmin məqsədlər üçün, məsələn, ABŞ-da çoxtərəfli və ikitərəfli danışıqlar (razılaşmalar) aparmaq üçün ABŞ Konqresi tərəfindən bəyənilmiş və bilavasitə prezidentin təbəçiliyinə verilmiş xüsusi orqan - ABŞ Ticarət Nümayəndəliyinin xüsusi idarəsi yaradılmışdır. O, öz ölkəsinin xarici ticarət siyasətinin işlənilib hazırlanmasında və əlaqələndirilməsində iştirak edir. İdarə eyni zamanda Ticarət-Siyasi Komitənin, Ticarət Danışıqları Aparan Komitənin, valyuta-maliyyə siyasəti üzrə Milli Məsləhət

Komitəsinin üzvü kimi çıxış edir.

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin dövlət-inhisar tənzi mi sisteminin nəzarət-tənzi metmə funksiyasının da böyük rolu vardır. Bu sistem beynəlxalq əməliyyatlar üzərində gömrük, valyuta və nəzarətin digər növlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Xaricə və öz ölkəsinə əsaslı kapital qoyuluşunun vəziyyətinin tənzi mində ödəniş balansının da böyük əhəmiyyəti vardır.

Belə bir cəhət də nəzərə alınmalıdır. Demək olar ki, əsasən, bütün ölkələrdə ixracatın, lisenziyalaşdırmanın və gömrük nəzarətinin genişləndirilməsi üzrə proqramın yerinə yetirilməsilə bağlı nəzarət-tənzi mlənmə funksiyasının həyata keçirilməsində maliyyə nazirlikləri də iştirak edirlər.

Bəzi ölkələrdə, sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracatı və idxalatı üzərində nəzarət müxtəlif orqanlar tərəfindən həyata keçirilir. Bir sıra ölkələrdə bəzi nəzarət-tənzi mlənmə orqanlarının, məsələn, ABŞ-da Ticarət Nazirliyinin, Yaponiyada Xarici Ticarət və Sənaye Nazirliyinin funksiyalarına ixracatın inkişafına yardım göstərmək vəzifəsi də əlavə edilmişdir.

Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına maliyyə və təşkilati yardım Yuxarıda qeyd edilən dövlət-inhisar yardımının göstərilməsində əsas məqsəd aşağıdakılarla şərtlənir:

a) sənayenin ayrı-ayrı şirkətlərində ixracat üçün nəzərdə tutulan məhsulların rəqabətətliliğini artırmaq;

b) milli firmaların xaricə kapital qoyuluşunun artmasına, xüsusən, ilk növbədə, xaricdə, o cümlədən inkişaf etməkdə olan ölkələrdə istehsal müəssisələrinin yaradılmasında kömək göstərmək;

v) dünya bazarında malların iri seriyalarla, həmçinin kapital

tutumlu mülki və hərbi məhsulların satışı üçün əlverişli şərait yaratmaq;

q) beynəlxalq istehsalçıların kooperasiyanın qarşısına çıxma biləcək maneələri aradan qaldırmaq;

ğ) çətinliklə daxil oluna bilən bazarlarda xüsusi firmalar tərəfindən ixrac əməliyyatlarının həyata keçirilməsini maliyyə və təşkilati kömək göstərməklə həvəsləndirmək. Belə hallarda vətən firmalarının rəqabətqabiliyyətinin artması hər şeydən öncə onlara dövlət büdcəsindən müxtəlif maliyyə güzəştlərinin (imtiyazlarının) verilməsilə mümkün olur.

İxracatçılara maliyyə güzəşti verilməsi metodlarından biri istehsalat üçün zəruri xammal idxal edərkən gömrük rüsumlarının və vergilərinin onlara qaytarılmasından, ixracat malları istehsalında istifadə edilən materiallara dolayı vergilərin azad olunmasından, ixracatı inkişaf etdirmək üçün vergi qoyulmayan pul fondunun yaradılmasına icazə verilməsindən, vergilərin ödənilməsində möhlət və kapital qoyuluşuna vergilərdən güzəştlər verilməsindən ibarətdir.

Öz ölkəsindən maşın və avadanlığın göndərilməsində ixracatçıların dövlət kreditlərilə təmin olunması da xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu, əsasən dövlət bankları vasitəsilə həyata keçirilir. Bu halda dövlət bankı həm iqtisadi, həm də siyasi riskləri öz üzərinə götürür və bu hal bir dövlət zəminliyi (təminat) kimi çıxış edir.

Təşkilati kömək mexanizminə gəldikdə isə bu işdə aşağıdakı vasitələrin mühüm rolu vardır: iri əsaslı tikinti layihələri üzrə milli firmaların sifarişlər almasına kömək göstərmək; dövlət orqanları vasitəsilə müxtəlif növ ticarət informasiyaları vermək; hökumət təşkilatlarında xüsusi ixracatçıların və investorların marağını təmin

etmək; beynəlxalq texniki standartları, habelə çəki və ölçü standartlarını işləyib hazırlamaq; xarici patentləşdirmələri həyata keçirmək; mal nişanələri, markaları və bu qəbildən olan sair vasitələri yazılı qeydə almaq; xarici ticarət üçün kadrlar hazırlamaq və ticarət əməliyyatları texnikasını səmərələşdirmək. Bu məqsədlər üçün nazirliklərin çoxunda xüsusi bölmələr vardır. Həmin bölmələr sənayeçi birlikləri ilə əlaqələr yaradılmasında firmalara kömək göstərilir. Bundan əlavə, onlar firma-ixracatçıları beynəlxalq torqların keçirilməsi şərtləri barədə informasiyalarla təmin edir, potensial idxalatçılar üçün texniki simpoziumlar yaradır, ixracatçılara sifarişlər almaları uğrunda səmərəli mübarizə metodları, tövsiyələr verir.

Firma-ixracatçıların xaricdə və öz məmləkətində keçirilən yarmarkalarda, sərgilərdə iştirak etməsinin təşkilində də onlara kömək göstərilməsinin əhəmiyyəti az deyildir. Bu kömək həmin tədbirlərin təşkilində, dövlətin firmalara verdiyi pul və maliyyə yardımını ilə şərtlənir.

Firma-ixracatçılara xidmətlər göstərmək üçün xarici nümayəndəlik aparatından, o cümlədən diplomatik, ticarət, konsulluq və missiyalardan¹ da istifadə olunur. Bu idarələr və təşkilatların funksiyaları öz ölkəsinin ixracatçı-firmaları üçün müxtəlif cəhətli iqtisadi, ticarət-siyasi və inzibati informasiyalar toplamaqdan və onları ya öz ölkəsinə, ya da yerlərdə müvafiq şəxslərə çatdırmaqdan ibarətdir. Xarici nümayəndəliklərin əməkdaşları eyni zamanda yerli işgüzar dairələr arasında reklam ədəbiyyatı yayır, dövlət xarici ticarət idarələrinin, sahibkarlar ittifaqlarının, ayrı-ayrı ixracatçı və idxalatçıların sorğularına cavab verir, ticarət

¹ Missiya - ikinci dərəcəli diplomatik nümayəndəlik.

məsələləri üzrə sərgilərin və seminarların təşkilində iştirak edir və s. təşkilati köməkliklər göstərirlər.

Dövlət-inhisar təşkilatları və onların funksiyaları Son vaxtlar dünya iqtisadiyyatında xüsusi inhisar birliklərinin iştirakilə

müxtəlif növlü idarələrarası (təsisat-lararası) təşkilatların, o cümlədən komitələrin, qrupların, şuraların və s. rolu xeyli artmışdır. Bu təşkilatlar xarici iqtisadi siyasət məsələləri üzrə hökumətə işləyib hazırlanmış tövsiyyələr verir, onların həyata keçirilməsi yollarını göstərirlər. Buna misal ABŞ-ın Ticarət-Siyasi Komitəsini və Prezident Aparatı nəzdində İxracat Şurasını, Yaponiyada Məsləhətçi Şurasını göstərmək olar. Həmin təşkilatlar tərəfindən göstərilən köməyin xarakteri cürbəcürdür. Məsələn, hökumət orqanları və sair hökumət təşkilatları qarşısında müvafiq sahibkarlar qrupunun maraqlarını şərtləndirən təkliflər irəli sürülür; onları maraqlandıran iqtisadi informasiyalarla təchiz edilir; xarici kontragentlərin axtarılıb tapılmasında və onlarla əlaqələrin yaradılmasında kömək göstərilir, beynəlxalq yarmar-kalarda və sərgilərdə iştirakları təşkil edilir; reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsinə kömək göstərilir və i.a.

Dövlət-inhisar təşkilatlarına aid olan idarələrarası təşkilatlardan biri, yuxarıda göstəriləni kimi, şuraadır. Şura yerinə yetirdiyi funksiyalarına görə məsləhətçi, ixracatçı, ticarət və s. bu kimi icraçı şöbələrə bölünür.

Məsləhətçi şuralar əsasən hökumətə müvafiq tövsiyyələr hazırlayır, bəzi ölkələrdə isə hətta yerli şöbələr sistemi vasitəsilə firmaları ixracat əməliyyatlarının həyata keçirilməsi texnikası ilə tanış edir və onlara əməli kömək göstərirlər.

İxracat şurası ən müxtəlif formalar və metodlardan istifadə

edərək ixracatçılara bilavasitə təşkilati kömək göstərilməsi məqsədini nəzərdə tutur. Bəzi ölkələrdə İxracat Şuraları eyni vaxtda məsləhətçi və əməli funksiyalar da yerinə yetirirlər. Məsələn, ixracatçıları bazar haqqında informasiyalarla təchiz edir, xaricə ticarət missiyaları göndərir, bir sıra Qərbi Avropa şəhərlərində ticarət mərkəzləri saxlayır.

İdarələrarası təsisatlardan biri də *ixracatın inkişafı üzrə ixtisaslaşan təşkilatdır*. Bu təşkilat əsasən xüsusi sahibkara ixracat əməliyyatlarının təşkili və həyata keçirilməsində əməli kömək göstərmək üçün yaradılır. Bu növ təşkilatlardan ən irisi Yaponiyanın xarici ticarətə yardım təşkilatıdır (CETRO). O, 1958-ci ildə xüsusi şirkətdən ayrılmaqla yenidən yaradılmışdı. Hazırda yarımdövlət təşkilatı kimi çıxış edir. Onun Tokioda inzibati aparatı və öz ölkəsinin 25 şəhərində, habelə xaricdə ticarət mərkəzləri və filialları vardır.

§ 2. Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına yardım göstərilməsində xüsusi inhisar birliklərinin (təşkilatlarının) rolu və əhəmiyyəti

Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına yardım edilməsində dövlət-inhisar təşkilatları ilə yanaşı, xüsusi inhisar birliklərinin də rolu az deyildir. Xüsusi inhisar birliklərinin bu sahədə əsas məqsədi həmin firmaların inkişafı fəaliyyətinə bilavasitə təsir göstərməkdən ibarətdir.

Xüsusi inhisar birlikləri hər hansı bir sahibkarlar qrupu tərəfindən yaradılır və məlumat verən (yayan), tövsiyyəedici, tədqiqatçı, köməkçi və xidmətedici təşkilat kimi çıxış edir. Bir qayda

olaraq onlar dövlətin köməyinə arxalanır və iri şirkətlərin (firmaların) maraqları naminə çalışırlar. Bu növ xüsusi inhisar təşkilatlarına bunlar aid edilir: a) sahibkarlar ittifaqları; b) ticarət palataları: kredit-arayış firmaları; q) tədqiqat-məsləhətçi təşkilatlar; ğ) informasiya agentlikləri; d) nəşriyyatçı firmalar; e) xarici ticarət klubları.

Bunların hər birinə ayrılıqda nəzər yetirək.

Sahibkarlar ittifaqı Sahibkarlar ittifaqı ayrı-ayrı sahibkar qruplarının birliyidir, assosiasiyasıdır. İttifaqın əsas məqsədi hökumət orqanlarında həmin sahibkar qruplarının maraqlarını mühafizə etmək və beynəlxalq fəaliyyətin təşkilində onlara kömək göstərməkdir.

Sahibkarlar ittifaqı assosiasiya, federasiya, ittifaq, şura və s. formalarda fəaliyyət göstərir. İnkişaf etmiş ölkələrdə minlərlə müxtəlif sahibkarlar ittifaqı vardır. Məsələn, təkcə ABŞ-da onların sayı 14 mindən çoxdur. Əslində hər bir firma öz profilinə uyğun surətdə müvafiq ittifaqa daxil olur. Öz funksiyalarına və tərkibinə görə onlar *yerli, milli və beynəlxalq* sahibkar ittifaqlarına ayrılır. Xarakterindən asılı olaraq ittifaqlar həm də *sahəvi* fəaliyyət dairəsinə görə də fərqlənirlər.

Sahibkarlar ittifaqının idarə heyəti, yaxud xüsusi katibliyi olur. Prinsip etibarilə çox ciddi məsələlər üzrə onların mövqeləri əvvəlcə qeyri-rəsmi olaraq dar bir çərçivədə müəyyənləşdirilir, sonra isə rəsmi iclaslarda qəti qərarlaşdırılaraq kömək almaq üçün tövsiyyə, direktiv, memorandum formasında müvafiq hökumət orqanlarına çatdırılır. Bu halda sahibkarlar ittifaqı eyni zamanda aşağıdakı çox mühüm məsələlər üzrə öz fikirlərini və təkliflərini verirlər:

- firmalar üçün əlverişli olan vergi siyasətinin həyata keçirilməsi;

- firma-ixracatçılara ixracat və s. subsidiyalarının - maddi və maliyyə yardımının verilməsi;

- yüksək gömrük rüsumlarının, xüsusi idxalat vergilərinin, antidempinq¹ rüsumlarının və s. qoyulması yoluyla daxili bazarın xarici rəqabətdən mühafizəsi;

- məhəlli iqtisadi qruplaşmalarda iştirakmə;

- xarici dövlətlərlə ticarət sazişlərinin bağlanması barədə danışıqlara hazırlıq və onun keçirilməsi; ixracat kreditlərinə təminatın verilməsi və s.

Müasir dövrdə ən iri sahibkar ittifaqları sırasına aşağıdakılar aid edilmişdir: ABŞ-da sənayecilərin milli assosiyası, İngiltərədə Sənayecilərin Britaniya Konfederasiyası, Almaniyada - Alman Sənayecilərinin Federal İttifaqı, Fransada - Fransız Sənayecilərinin Milli Şurası, İsveçdə - Milli Sənaye Şurası və i.a.

Milli ittifaqların xarici ticarətdə böyük əhəmiyyəti vardır. Məsələn, ABŞ-da Milli Xarici Ticarət Şurası 600-ə qədər firmayı özündə birləşdirir. Şura hər il xarici ticarət üzrə milli konfranslar keçirir. Konfranslarda xarici iqtisadi siyasətin əsas problemləri üzrə hökumət üçün tövsiyələr qəbul edilir.

Sahibkarların sahəvi ittifaqlarına gəldikdə, yuxarıda deyildiyi kimi, bu ittifaqlar xüsusi sahibkarlara onların ixracat idxalat fəaliyyətində bilavasitə əməli olaraq təşkilati kömək göstərir. Onların funksiyaları aşağıdakılardan ibarətdir:

¹ Antidempinq - rəqabət məqsədilə xarici bazarlarda malların öz dəyərindən ucuz qiymətə satılmasının qarşısını almaq məqsədi ilə həyata keçirilən tədbirlər kompleksi

- kartel¹ tənzimi tədbirləri keçirmək yolu ilə onların tərkibinə daxil olan sahibkar qruplarının maraqlarını əlaqələndirmək;

- reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsində ixracatçılara kömək göstərmək;

- birtipli kontraktlar, ticarət qaydaları işləyib hazırlamaq;

- xarici ticarət informasiyaları, texniki məsləhətlər vermək;

- xarici mütəxəssislərin təhsili üzrə kurslar təşkil etmək;

- unifikasiya ediləcəyi (eyni şəklə salınacağı) nəzərdə tutulan qoşma sənədlər işləyib hazırlamaq;

- sənaye mülkiyyətinin mühafizəsi;

- arbitraj işlərinin aparılması və s.

Beynəlxalq ticarətdə əhəmiyyətli rol ən iri ingilis assosiasiyalarına, o cümlədən taxıl ticarəti üzrə London assosiasiyasına, Britaniya taxta-şalban ticarəti federasiyasına, yun, qəhvə, kakao ticarəti assosiyalarına məxsusdur.

Müxtəlif ölkələrin sahəvi milli ittifaqlarını birləşdirən beynəlxalq sahibkarlar ittifaqları geniş yayılmışdı. Hazırda bunlardan fəaliyyətdə olanlarının çoxu əllinci illərdə yaradılmışdı. Təxmini hesablamalara görə, təkcə mal istehsalı və satışı üzrə 200-dən artıq beynəlxalq sahibkarlar ittifaqı vardır. Şübhəsiz ki, belə ittifaqlar ən yüksək əsaslarda dünya bazarının iqtisadi bölgüsünü həyata keçirirlər. Bu, inhisar kapitalının müxtəlif milli qruplarının bir-biriylə uzlaşmasının ən yeni formasıdır.

Ticarət palataları Bu palatalar sahibkarların xüsusi birləşməsindən əmələ gələn təşkilatdır. Onların əsas məqsədi ticarətin və satışın inkişafına təsir göstərməkdir. Ticarət palataları sənaye-ticarət və maliyyə fəaliyyətilə məşğul olan iri

¹ Kartel - həmçinin qruplar (partiyalar) arasında uzlaşma kimi başa düşülməlidir.

firmaları əhatə edir. Onlar, yəni palatalar iri şirkətlərin marağını güdürək dövlətin xarici iqtisadi siyasətində böyük rol oynayırlar.

Ticarət palatalarının əməli fəaliyyəti aşağıdakılardan ibarətdir:

a) həm öz üzv firmaları, həm də marağı olan digər firmalar üçün müvafiq informasiyalar toplayır və onlara verir;

b) özünün ticarət missiyalarını xarici ölkələrə və nümayəndəliklərə göndərir;

v) xarici ölkələrdə milli ticarət-sənaye sərgiləri təşkil edir və beynəlxalq sərgilərdə və yarmarkalarda ixracatçıların sərqi (yarmarka) materiallarının, mal nümunələrinin müəyyən sistem üzrə düzülüşünə kömək göstərir;

q) iqtisadi əlaqələrin inkişafı üzrə iqtisadi komitələrin və komissiyaların yaradılmasında əsas iştirakçı kimi çıxış edir və s.

Bundan əlavə, bir çox ticarət palatalarının səlahiyyətlərinə xarici firmaların tapşırığı ilə yerli kontragentlərə ilkin tapşırıqların verilməsi, xarici ticarət sənədlərinin, o cümlədən malların mənşəyi barədə şəhadətnamə verilməsi, hesabların təsbit edilməsi və bu kimi digər sənədlərin qanuniləşdirilməsi; mal ekspertizası, mal birjalarının idarə edilməsi, arbitraj, birtipli kontraktların və standartların, habelə malların markalanmasına və qablaşdırılmasına qoyulan tələblərin işlənilib hazırlanması, ticarət və gəmi körpüsü ənonələrinin və qaydalarının təsbit edilməsi və bu növ bir sıra işlər də daxil edilir.

Bunu da qeyd etmək lazımdır ki, ticarət palatalarının hüquqi vəziyyəti heç də eyni olmur. Belə ki, bir sıra ölkələrdə ticarət palataları könüllü üzvlük əsasında təşkil olunan xüsusi assosiasiyalar kimi, bəzilərinə isə kütləvi-hüquqi xarakteri olan təşkilat kimi çıxış edirlər. Bunlardan birincisi, yəni xüsusi hüquqi

cəmiyyətlər formasında təşkil olunan ticarət palataları ABŞ-ın, İngiltərənin, Belçikanın, İsveçin, İsveçrənin, Hindistanın, Argentinanın, Azərbaycanın və s. ölkələrin ticarət palatalarını göstərmək yerinə düşər.

Kütləvi-hüquqi xarakter daşıyan ticarət palataları həmin ölkənin ticarət palatası haqqında qanunları əsasında təşkil edilir. Qanunlar sahibkarların bəyəndiyi tələblərə uyğun hazırlanır. Əks təqdirdə bu və ya digər sahibkar o palataya üzv yazılmır. Bu cür palatalara Fransanın, İtaliyanın, Avstriyanın, Finlandiyanın, Türkiyənin, Meksikanın və bir çox ölkələrin ticarət palataları aiddir.

Üzvlərinin tərkibinə və iqtisadi fəaliyyətin təsir dairəsinə görə ticarət palataları aşağıdakı kimi fərqləndirilir:

1. Yerli ticarət palataları. Bu palatalar fəaliyyətilə öz məmləkətində məhdud sayda iqtisadi rayonları, yaxud şəhərləri əhatə edir, üzvləri isə həmin məkandakı sahibkarlar olur.

Ən iri yerli ticarət palataları öz aparatında xüsusi ixracat, yaxud xarici ticarət şöbələri (büroları) təşkil edirlər ki, bunlar da öz üzv firmaları üçün xarici bazarlar haqqında informasiyalar toplayıb onlara təqdim edirlər.

2. Milli ticarət palataları. Milli palatalar öz təsiri fəaliyyətini bütün məmləkətə yayır. Onun üzvləri ən iri sənayeçilər, ticarətçilər və inaliyyəçilər olur. Milli ticarət palatası əsasən yerli ticarət palatasının müvafiq qruplarını əhatə edir.

Milli ticarət palatalarının ən iriləri ABŞ və sair inkişaf etmiş nəhəng ölkələrdə yerləşir. Bu cür iri ticarət palataları öz məmləkətinin hökumət idarələri və bir sıra nümayəndələrilə əlaqələr yaradır və onlara ticarətin inkişafına dair tövsiyələr verir. Bunun analoqu İngiltərədə bir neçə ticarət palatasını birləşdirən

assosiasiyadır.

3. Xarici ticarət palataları. Bu növ ticarət palataları bir ölkənin ticarət-sənaye dairələrinin milli assosiasiyaları tərəfindən digər bir ölkənin ərazisində təşkil edilir. Xarici ticarət palatasının vəzifələri malların, kapitalın, lisenziyaların müvafiq ölkələrə ixrac edilməsinə kömək göstərməkdir. Bununla yanaşı, onlar yerli bazarı, ticarəti və nəqliyyatı, yerləşdiyi ölkənin firmalarını öyrənir və informasiyaları öz ölkəsinin firmalarına verir. İnformasiyalar ya onların xahişi ilə, yaxud da dövrü mətbuat vasitəsilə ötürülür.

Xarici ticarət palataları müxtəlif informasiya arayışları buraxır, kitabxana təşkil edir, arayış büroları yaradırlar. Bundan əlavə, onların funksiyaları həmçinin kontragentlər axtarıb tapmaqdan, yarmarkalar və sərgilərdə iştirakı üçün ixracatçılara kömək etməkdən, arbitraj işini aparmaqdan və s. ibarətdir.

Bəzi xarici ticarət palataları hətta dövlətdən maddi yardım, pul alırlar.

4. Qarışıq ticarət palataları. Bu isə iki, yaxud bir neçə ölkənin milli təşkilatı tərəfindən yaradılır. Bunda əsas məqsəd öz iqtisadi və bilavasitə ticarət əlaqələrini inkişaf etdirməkdən və möhkəmləndirməkdən ibarətdir.

5. Beynəlxalq ticarət palatası. Beynəlxalq ticarət palatası dünya iqtisadi əlaqələrinin inkişafında marağı olan əksər ölkələrin işgüzar dairələrinin, milli təşkilatlarının birliyindən (ittifaqlarından) ibarətdir. Beynəlxalq palatalar ilk dəfə 1920-ci ildə ABŞ, İngiltərə, Fransa, Belçika və İtaliya sahibkarlarının təşəbbüsüylə Paris şəhərində yaradılmışdı. Bunda məqsəd maraqları naminə öz ölkələrinin hökumətlərinə daha mütəşəkkil və fəal təsir göstərməkdən ibarətdir. Bu palatanın üzvlüyünə özlərinin işləyib

hazırladığı nizamnaməyə əsasən milli, yerli və xarici ticarət palataları və ticarət fəaliyyəti ilə məşğul olmayan digər ittifaqlar, habelə ticarət fəaliyyətilə məşğul olan fərdi üzvlər (firmalar, şirkətlər və ayrı-ayrı şəxslər) qəbul oluna bilərlər.

Bu gün beynəlxalq ticarət palatası 80 ölkədən 1500 kollektivi və 6000-dən çox fərdi üzvü özündə birləşdirir. Onun öz nəzdində ikili vəzifə daşıyan milli komitələr yaratmaq ixtiyarı vardır. Bu vəzifələrdən biri Beynəlxalq Ticarət Palatasının tövsiyyələrini öz ölkəsinin hökumətinə və işgüzar dairələrinə çatdırmaq, digəri isə Beynəlxalq Ticarət Palatasının müvafiq orqanları qarşısında işgüzar dairələri maraqlandıran məsələləri qaldırmaqdan ibarətdir. Bu növ komitələr 40 ölkədə, o cümlədən, sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin hamısında yaradılmışdır.

Beynəlxalq Ticarət Palatasının ali orqanı Konfransdır. Bir qayda olaraq Konfrans iki ildən bir çağırılır.

Bundan əlavə, onun, yeni Beynəlxalq Ticarət Palatasının digər orqanları da vardır. Bunlar aşağıdakılardır:

Şura. Beynəlxalq Ticarət Palatası üzvlərindən seçilir və iki il müddətində yaradılır;

Baş katiblik. Bunun öz inzibati komissiyası olur;

Milli komitələr. Hər bir ölkədə yaradılır. Özlərinin bürosu və komitəsi olur.

Texniki komissiyalar, komitələr və işçi qrupları. Bunlar ticarət, istehsal, xarici investisiya, ödəniş balansları, nəqliyyat, rabitə, beynəlxalq yarmarka və sərgilər, hüquqi münasibət və s. məsələlər üzrə yaradılır.

Beynəlxalq Ticarət Palatası nəzdində Beynəlxalq Ticarət Arbitraj Məhkəməsi və BMT ilə əlaqələr bürosu da fəaliyyət

göstərir. Bunlar məhəlli İqtisadi Komissiyalar və ixtisaslaşmış idarələr, o cümlədən Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı, Beynəlxalq Valyuta Fondu və s. ilə əlaqə saxlayırlar.

Öz işində Beynəlxalq Ticarət Palatası hökumət və xüsusi təşkilatlarla kooperasiya əlaqələri yaradır.

Kredit-arayış firmaları Bu firmalar öz müştərilərinin xahişi (tələbi) ilə firmalar haqqında arayışları vermək üzrə ixtisaslaşırırlar. Onların verdikləri arayış - informasiyalar firmaların həm əməli - istehsal fəaliyyətini, həm də onun ödəniş qabiliyyətliyi xarakterizə edir. İnformasiyalar məxfi xarakter daşıyır. Arayış verərkən kredit-arayış firmaları həmin arayışda qeyd-şərt edir ki, verilən məlumatlar üçün məsuliyyət daşıyırlar. Verdikləri məlumatların əsas mənbəyi isə bilavasitə firmaların, işgüzar dairələrin, vergi təşkilatlarının və s.-nin bilavasitə özlərindən aldıkları informasiyalardır.

Bundan əlavə, kredit-arayış firmaları, mətubatda dərc olunmuş rəsmi mənbələrdən, firmanın balans hesabatlarından, onun kataloq və prospektlərindən götürülmüş informasiyalardan da istifadə edirlər.

Kredit-arayış firmalarının daimi müştəriləri öncədən əldə etdikləri abunə vəərəqi ilə onların xidmətindən istifadə edirlər. Həmin firmalardan arayış almaq üçün abunə vəərəqində qoyulan suallara cavab yazıb göndərmək kifayətdir.

Müasir şəraitdə dünya təcrübəsi göstərir ki, iri kredit-arayış firmaları arasında inhisar vəziyyəti ABŞ-ın "Dan end Bredstrit" firmasına məxsusdur.

§ 3. Tədqiqatçı və məsləhətçi firmaların əsas xüsusiyyətləri

Bu firmalar və bunların analoqu olan sair təşkilatlar istehsalın təşkili və idarə olunması üzrə ticarət, eləcə də xüsusi sahibkarların sifarişilə marketing tədqiqatları həyata keçirirlər. Son dövrlərdə inkişaf etmiş ölkələrdə ən müxtəlif sahələr üzrə ixtisaslaşmış tədqiqatçı və məsləhətçi təşkilatların sayı durmadan artır. Məsələn, ABŞ-da bir neçə yüz ixtisaslaşmış tədqiqatçı və məsləhətçi firmalar fəaliyyət göstərir. Onların sırasında ayrıca tək məsləhətçilərə, habelə iri və geniş məşhurlaşmış tədqiqatçı-məsləhətçi firmalara da rast gəlinir. "Artur D.Littl", "Dan end Bredstrit", "Buz, Allen end Qamilton", "A.S.Milsen", "Makqrou-Xill" və s. firmaları buna misal gətirmək olar.

Bu növ iri firma-məsləhətçilər müasir elmi-tədqiqat idarələrini andırır. Bunlarda yüksək ixtisaslaşmış mütəxəssislər çalışır, iri laboratoriyalar, kitabxana, arayış mərkəzləri olur. Müasir hesablama texnikası istifadə olunur və s. və i.a.

Bu cür firmalardan (təşkilatlardan) Almaniyada 120-si, Fransada 100-ü, İngiltərədə 200-ü və i.a. fəaliyyət göstərir. Bunların təqdim etdikləri xidmətlər son dərəcə müxtəlifdir. Məsələn, bazarın öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması; satış üzrə müxtəlif metodların tətbiqi; reklam üzrə tədbirlər kompaniyasının keçirilməsi; istehlak tələbinin əsaslandırılınış dəlilləri (sübutları) barədə informasiyalar; yeni məhsul tətbiq edən firmalar haqqında informasiyalar və s.

Ticarət tədqiqatlarına sifarişçinin yanaşması da müxtəlif olur: yeni malın satış bazarının axtarılıb tapılması, ixracat bazarında öz mövqeyinin artırılması, kapitalın investisiyası üçün daha məqsədli formanın və yerinin müəyyənləşdirilməsi və i.a.

Bu qəbildən olan firmalara informasiya agentlikləri də aiddir. İnformasiya agentlikləri əsas diqqəti dünya bazarlarında mühüm malların qiymətləri haqqında informasiyalar verilməsinə yetirir. Bu halda o, teleqraf vasitəsindən daha çox istifadə edir.

İnformasiya agentlikləri eyni zamanda mal ehtiyatları, birja kotirovkaları barədə informasiya toplayır və bu qayda ilə əldə etdikləri məlumatları dərhal müxtəlif bülletenlərdə, jurnallarda, qəzetlərdə, aylıq mətbu nəşrlərdə dərc etdirirlər. Hətta bir sıra mallar üzrə toplanılan məlumatlar sazişlər bağlanılarkən öncədən müəyyənləşdirilən tamamlanan qiymətlərdən də istifadə olunur.

Dünya bazarlarında ən iri informasiya agentliyi "Reyter agentliyi", "Frans Press" və bu kimi sairləri sayılır.

Yuxarıda göstərilən vaxtaşırı dərc etmə mətbu növlərindən ən əsas və əhəmiyyətli qrupu teleqraf kodlarıdır. Bu kodlar ticarət terminlərini və frazaları (cümləni) ifadə edən bir neçə hərfin şərti uyğunlaşdırılmış toplusudur (məcmudur). Bu kodlar xarici ticarət işini aparan firmaların teleqraf məsrəflərini xeyli azaldır.

Xarici ticarət klubları da tədqiqatçı və məsləhətçi təşkilatların bir növüdür. Bunlardan hər biri şirkətlərin, iri firmaların, ixracat şöbələrinin rəislərini (direktorlarını) özündə cəmləşdirir. Klubun əsas məqsədi öz üzvləri arasında informasiyalar və təcrübə mübadiləsi təşkil etməkdən ibarətdir. Bu klublar çox hallarda informasiyalar üzrə hesablama palatası da adlanır.

Xarici ticarət klublarında qarşılıqlı informasiyalar mübadiləsi ticarət sirri kimi kənara çıxmır.

Bu klubların böyük hissəsi yerli xarakter daşıyır.

Təkrar üçün suallar

1. Xarici iqtisadi siyasətin dövlət tənzimi sistemini və onun firmaların fəaliyyətinə müsbət təsirini şərh edin.
2. Dövlət-inhisar təşkilatları və onların funksiyalarını necə başa düşməli?
3. Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına maliyyə və təşkilati köməkətmədə dövlət inhisarının yeri və rolu.
4. Xüsusi inhisar birlikləri və təşkilatlarının firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına təsiri.
5. Xüsusi inhisar təşkilatlarının (birliklərinin) növləri, onların xarakterik cəhətləri.
6. Kredit-arayış və tədqiqat-məsləhətçi firmalar, onların funksiyaları

ƏLAVƏLƏR

1-ci əlavə

GÖMRÜK ÖDƏNİŞLƏRİNİN TƏSNİFATI

Ko du	Ödəniş növlərinin adı
10	Mallar üzrə gömrük yığımını rəsiləşdirmək üçün milli valyuta ilə alınan gömrük yığımları
11	Mallar üzrə gömrük yığımını rəsmiləşdirmək üçün xarici valyutanın məzənnəsi milli bank tərəfindən müəyyənləşdirilməklə alınan əlavə gömrük yığımları
12	Gömrük orqanlarının iş vaxtından əlavə və gömrüyün rəsmiləşdirilməsi yerindən kənarında malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə alınan gömrük yığımları
13	Gömrük orqanlarının iş vaxtından sonra və gömrüyün rəsmiləşdirilməsi yerindən kənarında malların gömrük rüsumlarının rəsmiləşdirilməsinə görə Milli Bankın müəyyən etdiyi məzənnəyə uyğun xarici valyuta ilə alınan gömrük yığımları
14	Malların saxlanması üzrə gömrük yığımları
15	Malların gömrük müşayiəti üzrə gömrük yığılması
II. Gömrük rüsumları	
20	Milli valyuta ilə hesablanan idxal gömrük rüsumları
21	Milli Bankın müəyyən etdiyi məzənnəyə görə xarici valyuta ilə hesablanan idxal gömrük rüsumları
25	Milli valyuta ilə hesablanan ixrac rüsumları
26	Milli bankın müəyyən etdiyi məzənnəyə görə xarici valyuta ilə hesablanan ixrac gömrük rüsumları
III. Gömrük orqanları tərəfindən alınan dolay vergilər	
30	Milli valyuta ilə hesablanan aksizlər
31	Milli Bankın müəyyən etdiyi məzənnəyə uyğun xarici valyuta üzrə hesablanan aksizlər
32	Milli valyuta ilə hesablanan əlavə dəyər vergisi
33	Milli bankın müəyyən etdiyi məzənnəyə uyğun xarici valyuta ilə hesablanan əlavə dəyər vergisi
35	Milli valyuta ilə hesablanan xüsusi vergi
36	Milli bankın müəyyən etdiyi məzənnəyə uyğun xarici valyuta ilə hesablanan vergi

IV. Müsadirə olunmuş malların satışından alınan vəsait	
60	Müsadirə olunmuş malların reallaşmasından (satışından) alınan vəsait
V. Digər yığımlar	
70	Lisenzianın verilməsi üzrə yığımlar
71	Lisenzia müddətinin bərpası üzrə yığımlar
72	Gömrüyün rəsmiləşdirilməsi məqsədi ilə mütəxəssisə verilən peşə attestatının hazırlanması üzrə yığımlar
73	Gömrüyün rəsmiləşdirilməsinin aparılması məqsədi ilə mütəxəssisə verilən peşə attestatı müddətinin artırılması üçün alınan yığımlar
74	Məlumat və məsləhətlərə görə ödənişlər. İlk qərarın qəbulu üçün ödəniş. Gömrük hərəclarında iştiraka görə ödənişlər. Bank və ya digər kredit müəssisəsinin bank reyestrinə daxil olunmasına alınan yığımlar
VI. Gömrük ödəncələrinin vahid dərəcəsi	
80	Gömrük ödəncələrinin vahid dərəcəsi
VII. Digər gömrük ödənişləri	
91	Gömrük ödənişlərinə möhlətin uzadılması üzrə milli valyuta ilə hesablanan faizlər
92	Gömrük ödənişlərinə möhlətin uzadılması üzrə Milli Bank tərəfindən müəyyənləşdirilən məzənnəyə uyğun hesablanmış xarici valyuta ilə alınan ödənişlər
93	Gömrük ödənişləri vaxtının uzadılması üzrə milli valyuta ilə hesablanan faizlər
94	Gömrük ödənişləri vaxtının uzadılması üzrə məzənnəsi Milli Bank tərəfindən müəyyənləşdirilmiş xarici valyuta ilə hesablanan faizlər
95	Milli valyuta ilə müddətin uzadılması üçün dövbələmə haqqının hesablanması
96	Məzənnəsinin Milli Bank tərəfindən müəyyən edilməsi vaxtının uzanması üçün xarici valyuta mədəbbələmə haqqının hesablanması
97	Gömrük məcolləsində nəzərdə tutulmuş digər ödənişlər
98	Gömrük ödənişlərinin milli valyuta ilə ödəncə məbləği
99	Məzənnəsi Milli Bank tərəfindən müəyyən edilmiş gömrük ödənişlərinin xarici valyuta ilə ödənilməsi məbləği

Tarix _____
N _____

Rəhbərə _____
Ünvan _____

ƏSKİK ÇIXAN MƏHSULUN (MALIN) DƏYƏRİNİN ÖDƏNMƏSİ BARƏDƏ İDDİA

_____ saylı qaimə ilə ("_____" _____ 200 il) tarixli
sizin tərəfdən bizim ünvanına yüklənmiş _____ göndərilmiş
(malın adı)

və bizim tərəfdən _____ saylı hesabla "_____" 200 -ci ildə
ödənilmişdir. Yükün qəbul olunduğu zaman nümayəndə heyətinin

(ictimaiyyətin, başqa müəssisənin)

_____ iştirakı ilə _____ miqdarda və _____ man.
məbləğində əskik _____ müəyyən edilmişdir.

məhsulun, malın adı

Sizdən _____ şəhərində yerləşən _____

bankın adı

bizim _____ saylı hesablaşma hesabına _____ manatlıq əskik
çıxan məhsulun dəyərini illik həcmindən _____% və cəmisi isə
_____ man. təhki edən cəriməni köçürməyinizi xahiş edirik.

Əlavələr

1. "_____" 200 -ci il tarixdə _____ saylı dəmiryolu qaiməsi.
2. "_____" 200 -ci il tarixdə təhvil- təslim barədə _____ saylı akt.
3. İctimaiyyət (başqa təşkilat) nümayəndəsinin "_____"
_____ 200 -ci il tarixli _____ saylı vəsiqə.
4. İddia məbləğinin hesablanması üzrə hesablaşma.
5. Yükəndərinin dəvət olunması barədə teleqram.
6. İddianı əsaslandırان _____ və rəqdən ibarət başqa sənədlər.

Müəssisənin rəhbəri
(və ya onun müavini)

_____ imza

**DƏMİR YOLU İLƏ YÜKÜN VAXTINDA
ÇATDIRILMAMASI BARƏDƏ İDDİA**

" _____ " _____ 2001-ci il tarixli _____ saylı müqaviləyə əsasən " _____ " _____ 2001-ci il tarixində bizim ünvana _____ saylı qaimə ilə məhsul yüklənmişdir. Razılaşdırılmış hesaba əsasən yükün aparılması _____ sutka gecikdirilmişdir. _____ əsasən siz yükdaşıma haqqının _____ faizi, yəni _____ man. həcmində cərimə olunursunuz.

_____ əsaslanaraq və göstərilənləri nəzərə alaraq, həmin iddianı nəzərdən keçirməyinizi və yükün öz vaxtında çatdırılmaması səbəbdən _____ man. məbləğində cəriməni _____ şəhərdə yerləşən _____ bizim _____ saylı hesablaşma hesabına

bankın adı

köçürməyinizi xahiş edirik.

Əlavələr:

1. Müqavilənin surəti
2. " _____ " _____ 2001-ci il tarixli dəmiryolu qaiməsi.
3. İddia məbləğinin hesablanması üzrə hesabat.

Müəssisənin rəhbəri və
yaxud onun müavini

_____ imza

ALQI-SATQI MÜQAVİLƏSİ

Şəhər _____ " _____ " _____ 200 il

Satıcı _____

Bir tərəfdən _____

Alıcı digər _____

tərəfdən _____

Aşağıdakılar haqqında əsas müqaviləni imzaladılar:

1. Müqavilənin predmeti

1.1. Satıcının əsas vəzifəsi malları gətirib alıcıya təhvil vermək, alıcının vəzifəsi isə öz növbəsində malı qəbul etmək və əsas müqavilənin şərtlərinə görə onun haqqını ödəməkdir

1.2. Malların adı: _____

1.3. Malların istehsalçısı: _____

1.4. Malların yerləşdiyi yer: _____

1.5. Mallar üçün Satıcının alıcıya mütləq verəcəyi lazımı sənədlər: _____

2. Kəmiyyət

2.1. Malların kəmiyyətinin ölçü vahidləri: _____

2.2. Malların ümumi sayı _____

3. Çeşid

3.1. Göndəriləcək malların qruplaşdırılmış çeşidi

a) _____ sayda _____

b) _____ sayda _____

3.2. Həmin çeşiddə göndəriləcək mallar 1N-li əlavə kimi əsas mü-

qaviləyə qoşulur.

4. Keyfiyyət

4.1. Satıcı tərəfindən göndərilən malların keyfiyyəti mütləq aşağıdakılara uyğun gəlməlidir _____

(DÜST-ə, TŞ-yə, istehsalçının sertifikatına, nümunəyə və s.)

4.2. Satıcı tərəfindən keyfiyyəti təsdiq edən _____

(malın keyfiyyətini təsdiq edən sənədin adı)

4.3. İstismara yararlılıq müddəti (istifadəsi, saxlanması), nə vaxtdan _____

(hazırlanmasında, alıcı tərəfindən malın qəbul edilməsindən, istismarından)

4.4. Təminat müddəti ərzində malların dəyişdirilməsi və çatışmazlıqların aradan qaldırılması müddəti _____

mallarda yararsızlığın müəyyən edilməsi vaxtdan

5. Komplektləşdirmə

5.1. Satıcı tərəfindən göndərilən malların komplektliliyi aşağıdakılar üzrə təyin edidir _____

(DÜST, TŞ, başqa normativ sənədlər)

5.2. Məmulat dəstinə əlavələr _____

5.3. Mal dəstində alıcıya lazım olmayan aşağıdakı mallar çıxarılır _____

6. Göndərilmə vaxtı və qaydaları

6.1. Malların hamısı aşağıdakı müddətdə alıcıya çatdırılır _____

(ödəniş, müqavilə bağlandıqdan sonra və s.)

6.2. Satıcı alıcının razılığı ilə malları təcili surətdə vaxtından əvvəl göndərə bilər _____

müddətində, malların yüklənməsi vaxtından sonra

7. Qiymət

- 7.1. Mal vahidi üçün qiymət _____
7.2. Əsas müqavilə üzrə öncədən müəyyənləşdirilmiş _____
7.3. Göndərilmə müddətinin _____ gün azaldılması əvəzində alıcı satıcıya əlavə olaraq _____ təcili göndərilən malın _____ faizi kəmiyyəti məbləği həcmində haqq verir.
7.4. Əsas müqavilə üzrə qiymət ƏDV nəzərə alınmadan göstərilir.

8. Hesablaşma qaydaları

- 8.1. Qabaqcadan ödənilməlidir, həcmində _____% müqavilə qiymətindən satıcının hesabına köçürülməlidir _____ müddət _____ anından
8.2. Mallar üçün axırncı ödəmə müddəti _____ anından
8.3. Ödəniş qaydası: _____
(poçtla, teleqraf və s.)
8.4. Hesablaşma növləri _____
(nağd, nağdsız və qarışıq)
8.5. Hesablaşma forması: _____
(çək, akkreditiv və s.)
8.6. Alıcı ödənişin həyata keçirilməsi haqqında _____ müddətdə alıcını mütləq məlumatlandırır _____ anında _____ vasitəsilə
(telefon, faks və s.)
8.7. Əsas 7.3. bəndinə uyğun surətdə ödəniş də ümumi qaydada həyata keçirilir.

9. Göndərmə şərtləri

- 9.1. Malların göndərilməsi aşağıdakı şərtlərlə həyata keçirilir
_____ (franko-anbar, frenko-vaqon və s.)
9.2. Mal üzərində mülkiyyət hüququnun keçməsi aşağıdakı andan baş verir _____
9.3. Mal üzərində risklərin keçirilməsi aşağıdakı andan baş verir _____

10. Göndərilmə məntəqəsi

Əsas müqavilə üzrə malların göndərilmə məntəqəsi müəyyən edilmişdir _____

11. Tara və qablaşdırma

11.1. Mallar satıcı tərəfindən elə taralaşdırılmalı və qablaşdırılmalıdır ki, alıcının malları qəbul edən andan onlar xarab olmasın və öz keyfiyyətini saxlamış olsun.

11.2. Mallar aşağıdakı qaydada taralaşdırılmalıdır: _____

11.3. Mallar aşağıdakı qaydada qablaşdırılmalıdır: _____

11.4. Tara və qablaşdırma məsrəfləri malların qiymətinə daxil edilir (edilmir) _____

11.5. Taraların geri qaytarılması müddəti və qaydası _____

11.6. Taraların geri qaytarılması zamanı hesablaşma şərtləri _____

12. Markalanma

Mal əsasən aşağıdakı kimi markalanmalıdır _____

(taranın üzərində markalanma mətn və şəkil göstərilməklə və yaxud müvafiq standartlara uyğun, DÜST)

13. Nəqliyyat və yüklənmə

13.1. Yüklənmə məntəqəsi _____

13.2. Yüklənmə vaxtı _____ müddətində
anadək _____

13.3. Nəqliyyatın növü _____

13.4. Yüklənmənin minimum norması _____ nəql olunur _____

(vaqon, konteyner, başqa minimum normalar)

13.5. Yükün əsas xüsusiyyətləri _____

13.6. Satıcı mütləq alıcını yüklənmə haqqında xəbərdarlıq etməlidir _____ müddətində _____ andan _____ yolla

(teleqramla, faksla və s.)

Bildirişdə göstərilməlidir: yüklənmə tarixi, qayimənin nömrəsi, vaqonun nömrəsi (gəminin adı, avtomaşının nömrəsi, reysin nömrəsi), müqavilənin nömrəsi və tarixi, malların adı və sayı və s.

14. Malların təhvil-təslimi

14.1. Malların təhvil-təslimi əsasən qəbuletmə məntəqəsində həyata keçirilir.

14.2. Malların keyfiyyət və kəmiyyət üzrə qəbulu fəaliyyətdə olan qanunçuluq əsasında həyata keçirilir _____

14.3. Malları alan kimi alıcı teleqram vasitəsilə təcili olaraq malları aldığı təsdiq edir _____ müddətdə _____ ana kimi.

15. Əsas müqavilənin fəaliyyət müddəti

15.1. Əsas müqavilə tərəflərin onu imzaladıqları andan son icrasınadək olan müddətdə, hər ehtimala qarşı " _____ " _____ 200 il qüvvədə olur.

16. Tərəflərin cavabdehliyi

16.1. Alıcı Əsas Müqavilə üzrə aşağıdakılara cavabdehlik daşıyır: _____ üçün _____ cərimə, həcmdə _____ %-lə ümumi məbləğdən _____ (müqavilə, borc).

16.2. Satıcı Əsas Müqavilə üzrə aşağıdakılara cavabdehlik daşıyır: _____ üçün _____ cərimə, həcmdə _____ %-lə ümumi məbləğdən _____ (müqavilə borc).

16.3. Tərəflərdən biri əsassız surətdə öz borcunu yerinə yetirməkdən imtina edərsə, Əsas Müqavilənin fəaliyyəti müddətində günahkar tərəf kimi _____ həcmdə cərimə ödəməlidir.

16.4. Əsas Müqavilənin başqa şərtlərinin pozulması zamanı günahkar tərəf kimi _____ həcmdə cərimə ödəməlidir.

16.4. Əsas Müqavilənin başqa şərtlərinin pozulması zamanı günahkar tərəf aşağıdakı cavabdehliyi daşıyır: _____

17. Əsas Müqavilə üzrə cavabdehliyin təmin olunması

istər alıcı, istərsə də satıcı tərəfindən

(girov haqqında şərtlər, sığortalanma və cavabdehlik ola bilər)

18. Mübahisələrin həll edilməsi

18.1. Tərəflər arasında həllini tapmayan məsələlər mövcud qanunvericiliyə əsasən, müvafiq ölkənin Arbitraj Məhkəməsi tərəfindən həll edilir.

18.2. Əsl Müqavilə üzrə bütün mümkün olan iddialar onlar tərəfindən _____ gün müddətində iddianın alındığı gündən baxılması tərəflərin razılığı ilə müəyyənləşdirilir.

19. Əsas Müqavilənin şərtlərinin dəyişdirilməsi.

19.1. Əsas Müqavilənin şərtləri yalnız hər iki tərəfin razılığı ilə dəyişdirilə bilər ki, bu da mütləq yazılı formada tərtib olunmalıdır.

19.2. Heç bir tərəf Əsas Müqavilə üzrə öz hüquqlarını başqa üçüncü bir tərəfə ikinci tərəfin yazılı razılığı olmadan verə bilməz.

20. Tərəflər arasında əlaqələr üzrə razılıq şərtləri

Əsas Müqavilə üzrə səlahiyyətli tərəf kimi aşağıdakı nümayəndələr iştirak edə bilər:

Satıcı _____ telefon _____

Alıcı _____ telefon _____

21. Əsas Müqavilənin xüsusi şərtləri

(bu hallardan necə istifadə edilmə qaydaları bildirməlidir)

(üzrə əlavə göstərişlər almalı və alıcıya)

(bu hallardan necə istifadə edilmə qaydaları bildirməlidir)

22. Başqa şortlər

- 22.1. Əsas Müqavilə təsdiq edilmiş formada iki nüsxədən ibarət hazırlanmalı və hər tərəfə bir nüsxə verilməlidir.
- 22.2. Əsas Müqavilənin imzalanmasından sonra ona hər hansı bir əlavənin edilməsi, qeydlər və s. verilməsi hüquqi cəhətdən mümkün deyildi. Belə olduqda o, öz hüququnu itirmiş olur.

23. Əsas Müqavilənin bağlandığı anda tərəflərin hüquqi ünvanları, bank və göndərilmə rekvizitləri

23.1. Alıcı:

İndeks və poçt ünvanı: _____

Telefon _____ teletayp _____ faks _____

hesablaşma hesabı N _____ hansı bankda _____

MFO _____ Şifr _____

Alıcının bankda müxbir hesabı: _____

Şifrləri göstərilməklə göndərilmə rekvizitləri _____

1. Vaqonlarda göndərilmə üçün _____

2. Konteynerlər üçün _____

3. Su nəqliyyatı ilə göndərilmə üçün _____

4. Hava nəqliyyatı ilə göndərilmə üçün _____

23.2. Satıcı:

İndeks və poçt ünvanı: _____

Telefon _____ teletayp _____ faks _____

Hesablaşma hesabı N _____ hansı bankda _____

MFO _____ Şifr _____ şifr _____

Satıcının bankda müxbir hesabı: _____

Şifrləri göstərilməklə göndərilmə rekvizitləri _____

1. Vaqonlarda göndərilmə üçün _____

2. Konteynerlər üçün _____

3. Su nəqliyyatı ilə göndərilmə üçün _____

4. Hava nəqliyyatı ilə göndərilmə üçün _____

24. Əsas Müqaviləyə Əlavələr

1. Əlavələr N 1 _____ səhifədə
Əsas Müqaviləyə Əlavələr onun ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Alıcı

Satıcı

M.P.

M.P.

"İnkoterms-90"-da şərh edilmiş malgöndərmələrinin bazis şərtləri

№	"İnkoterms" də şərh edilən terminlərin adı (yüköndərmələrin növü)	Məzmunu	Kodların işarəsi (ing. Dilində)
1.	Zavodun anbarından (...yeri göstərilməklə) şərti- franko-satıcının anbarı)	Noql etməklə əlaqədar bütün xərclər alıcı üzərinə düşür	EXW
2.	"Sərbəst" - franko gəminin bortu (...yeri göstərilməklə)	Alıcının yükdaşıyanıdır. Satıcı malın yükdaşıyanın ixtiyarına verir, Daşıma xərcləri alıcının üzərinə düşür	FCA
3.	"Sərbəst" - franko gəminin bortu boyunca (şəhərin, limanın adı göstərilməklə)	Satıcı malın gəmi bortunun yanına gətirilməsi də daxil olmaqla, xərcləri öz üzərinə götürür, qalan yükdaşıma xərci alıcının üzərinə düşür	FAS
4.	"Sərbəst" - franko gəminin bortu (...yeri göstərilməklə)	Satıcı malın gəmi bortuna yüklənməsi xərcləri də daxil olmaqla, xərclərin hamısını öz üzərinə götürür, qalan xərclər alıcının üzərinə düşür	FOB
5.	Dəyəri və fraxt (...yükün təyinat limanının yeri göstərilməklə)	Satıcı öz hesabına gəmi tutur (sifariş verir) və təyinat limanına qədər yükdaşıma xərcini ödəyir	CFR
6.	Dəyəri, sığorta və fraxt (...yükün təyinat limanının yeri göstərilməklə)	Yuxarıda (5-ci şərtlərdə) deyilənlərə satıcının sığorta xərcləri də (risklə bağlı) əlavə edilir	CIF
7.	Yükdaşıma xərcləri (...təyinat yeri göstərilməklə) təyinat yerindəki ödənilmişdir	Göstərilən təyinat yerinə (...) qədər satıcı bütün xərcləri ödəyir	CPT
8.	Yükdaşıma xərcləri və sığorta göstərilən təyinat yerinə (...) qədər satıcı tərəfindən ödənilmişdir	Göstərilən yerə (...) qədər yükdaşıma xərclərini satıcı ödəyir və üstelik malları öz hesabına sığorta edir	CIP
9.	Yük sərbəstə çatdırılmışdır (...yeri göstərilməklə)	Satıcı digər ölkənin kömrük sərhəddinə qədər yükü çatdırır və xərclərini ödəyir	DAF

Keyfiyyət sertifikatı № 1

DTN GOST TUV Berlin Brandenburg
Gesellschaft für Zertifizierung in Europa mb H

SERTİFİKAT

Avropada sertifikasiyalaşma üzrə Cəmiyyət təsdiq edir ki,

Məhsul _____

TNVED-in şifrəsi _____

Məhsulun növü _____

Firma _____

Hazırlanıb _____

Aşağıdakı standartlar və normativ sənədlər təhlükəsizlik tələblərinə cavab verir _____

Yoxlama laboratoriyalarında yoxlanılan məhsulun nümunəsi _____

Akkreditivləşdirilmiş _____

Yoxlama protokolu №-si _____ tarixdən _____

Sertifikat _____ tarixdən _____ tarixə

kimi qüvvədədir.

Sertifikat Cəmiyyətin reyestrində qeydiyyatdan

qəbul edilir _____

Cəmiyyətin qeydiyyat nömrəsi _____

təhər _____

" _____

200 _____

il _____

Cəmiyyətin rəhbəri _____ MP

imza

Bu sertifikat yalnız yuxarıda göstərilən hazırlıq təşkilatları tərəfindən hazırlanmış məhsullar üçün həqiqi sayıla bilər. Məhsullar yoxlama tələblərinə və yoxlanılmış nümunəyə tam şəkildə uyğun gəlməlidir. Məhsullar əsasən ixracat-istehsalçı və yaxud idxalçının nişanı ilə, Avropada sertifikatlaşma üzrə cəmiyyətin yoxlanılan nişanı ilə və eyni zamanda məhsulun

tipləşdirilmiş nişanı ilə markalanmalıdır. Sertifikat ixracatçı və istehsalçını məcbur edir ki, sertifikatda göstərilən məhsulun hazırlanması, müvafiq standartlara və normativ sənədlərə, o cümlədən məhsulların texniki təhlükəsizliyini təmin edən tələblərə cavab versin.

Sertifikat onun üzərində göstərilən fəaliyyət müddəti başa çatdıqdan sonra öz qüvvəsini itirmiş olur. Sertifikat və ona edilmiş əlavələr yalnız dəyişilməmiş formada yayıla bilər. Sertifikatın müəyyən hissələrinin çap etdirilməsi üçün Avropada sertifikatlaşma üzrə Cəmiyyətin razılığı lazımdır.

Xarici-ticarət sənədlərinin hazırlanması üçün formulyar¹-nümünə

Malgöndərən (ixracatçı)		Tarix, məlumat nömrəsi və s.		
Malalan və yaxud mal qəbul edən		Alıcı və yaxud başqa ünvan		
Ünvan, göndərilmə və xəbərdarlıq etmək üçün		Göndərən ölkə		
		İstehsalçı ölkə	Təyinat ölkəsi	
Birbaşa nəqliyyata aid olan məlumatlar		Hesablaşma və göndərilmə şərtləri		
Göndərişin markalanması: konteyner nömrəsi	Yük yerlərinin növü və sayı: malın təsviri	Malın nömrəsi	Brutto çəkisi	Həcmi
			Netto miqdarı	Dəyəri
Azad istifadə zonası (sahəsi)				
			Sənədin düzlüyünün təsdiqi: yer və vaxt göstərilməklə	

¹ Almanca Formular - hər hansı bir qurğu-mexanizm və s. haqqında əsas məlumatlar yazılan, onun işləməsi, xarab olması, təmin və s. müntəzəm surətdə qeyd olunan xüsusi dəftər və ya blank. Məsələn, maşının formulyarı, təyyarənin formulyarı.

9-cu əlavə

DÜNYA ÖLKƏLƏRİ ADININ KODLARI²

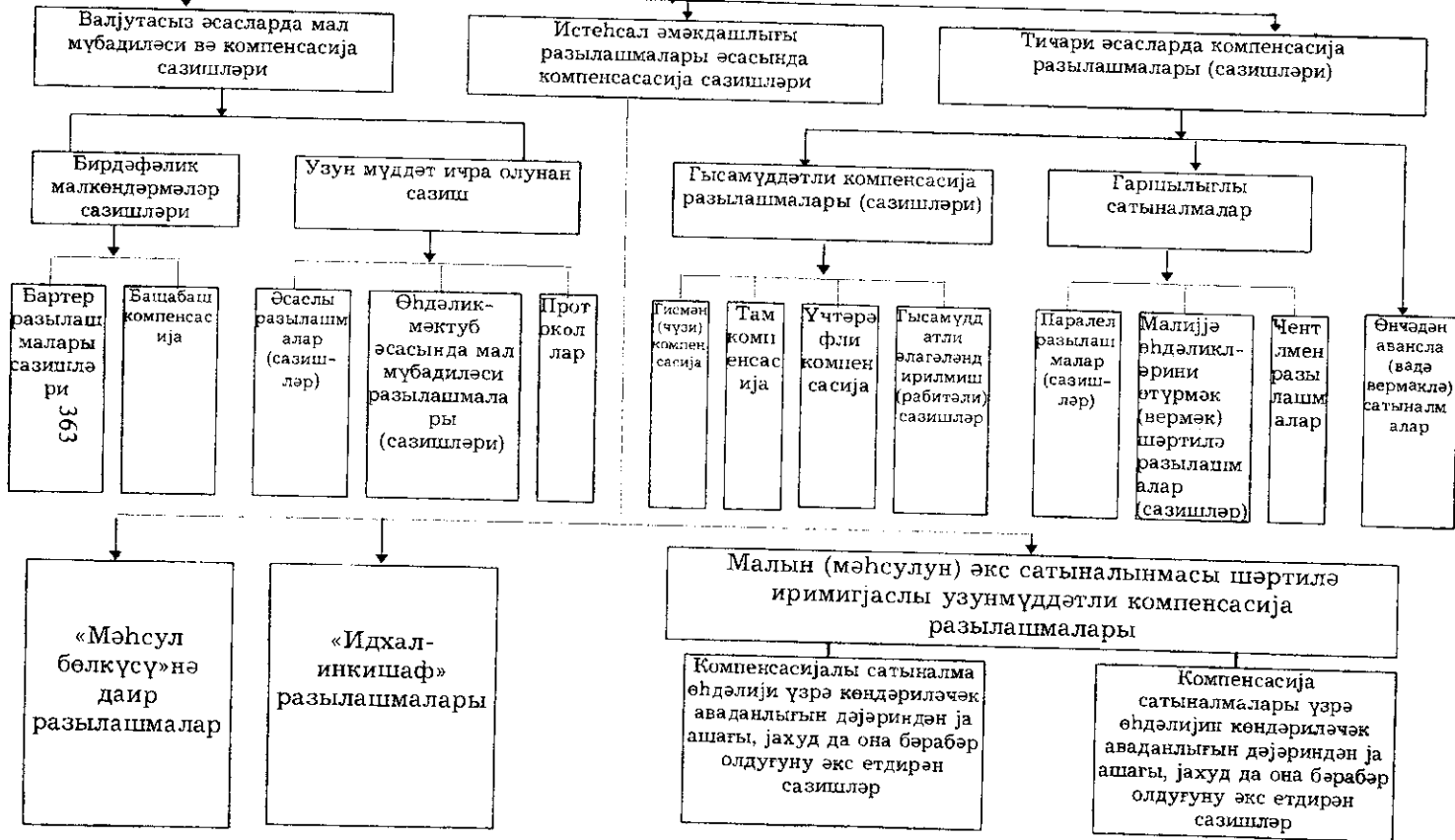
Ölkələrin adı	Kodlar		
	Alfa-2	Alfa-3	rəqəmlə
1	2	3	4
Avstraliya	AU	AVS	036
Avstriya Respublikası	AT	AVT	046
Azərbaycan Respublikası	AZ	AZE	031
Amerika Birləşmiş Ştatları	US	USA	840
Almaniya Federativ Respublikası	DE	DEU	280
Birləşmiş Ərəb Əmirliyi	AE	ARE	784
Belçika Krallığı	BE	BEL	056
Belarusiya Respublikası	BY	BLR	112
Bolqarıstan Respublikası	BG	GBR	100
Şimali İrlandiya və Birləşmiş Beynəlxalq Britaniya Krallığı	GB	GBR	826
Braziliya Federativ Respublikası	BR	BRA	076
Vyetnam Xalq Respublikası	VN	VNM	704
Qazaxıstan Respublikası	KZ	KAZ	398
Qırğızıstan Respublikası	KG	KGZ	417
Danimarka Krallığı	DK	DNK	208
Estoniya Respublikası	EE	EST	233
Əfqanıstan İslam Respublikası	AF	AFG	004
Koreya Xalq Demokratik Respublikası	KP	PRK	408
Koreya Respublikası	KR	KOR	410
Küveyt dövləti	KW	KWT	414
Gürcüstan Respublikası	GE	GEO	268
Latviya Respublikası	LV	LVA	428
Litva Respublikası	LT	LTV	440
Macarıstan Respublikası	HU	HUN	348
Misir Ərəb Respublikası	EG	EGY	818
Moldova Respublikası	MD	MDA	498
Norveç Krallığı	NO	NOR	578
İordaniya Həş. Krallığı	JO	JOR	400
İtaliya Respublikası	IT	ITA	380

² Bu əlavədə ancaq Azərbaycan Respublikası ilə Əlverişli Şərait Rejimi tətbiq olunan ölkələrin kodu verilmişdir,

İran İslam Respublikası	IR	IRN	364
İrlandiya	IE	IRL	372
İsveçrə Konfederasiyası	CH	CHE	756
İsrail dövləti	IL	ISR	376
İsveç kralığı	SE	SWE	752
İspaniya Krallığı	ES	ESR	724
Yaponiya	JP	JPN	392
Yunanıstan Respublikası	GR	GRC	300
Pakistan İslam Respublikası	PK	PAK	586
Polşa Respublikası	PL	POL	616
Rusiya Federasiyası	RU	RUS	643
Rumıniya Respublikası	RO	ROM	642
Sinqapur Respublikası	SG	SGR	702
Sudiyyə Ərəbistanı Krallığı	SA	SAV	682
Slovakiya Respublikası	SK	SVK	703
Suriya Ərəb Respublikası	SY	SYR	760
Tacikistan Respublikası	TJ	TJK	762
Türkiyə Respublikası	TR	TUR	792
Türkmənistan Respublikası	TM	TKM	795
Ukrayna Respublikası	UA	UKR	804
Özbəkistan Respublikası	UZ	UZB	860
Fransa Respublikası	FR	FRA	250
Finlandiya Respublikası	FI	FIN	246
Hindistan Respublikası	IN	IND	356
Hollandiya	IN	IND	356
Çin Xalq Respublikası	CN	CIN	156
Çex Respublikası	CZ	CZE	203

10-cu əlavə

10-cu əlavə



**TENDER PLATFORMASININ
MƏZMUNU (NÜMUNƏSİ)**

1. Yuxarıda göstərilən işin istehsalı üçün onun cizgilərini, kontraktın şərtlərini, spesifikasiyasını və smetasını öyrəndikdən sonra biz aşağıda imza edənlər işin bütün həcmi cizgilərə, kontrakt şərtlərinə, spesifikasiyasına və _____ dollar məbləğinə və yaxud kontraktda göstərilən başqa məbləgdə tərtib edilən smetaya uyğun olaraq yerinə yetirilməsini təklif edirik.

2. Həmin tenderi qəbul etsəniz, biz kontraktda göstərilən bütün işin vaxtında yerinə yetirilməsinin tamamlanması və təhvil verilməsi barədə mühəndisin əmri alınanadək işi ___ gün ərzində başlamağı öhdəmizə götürürük.

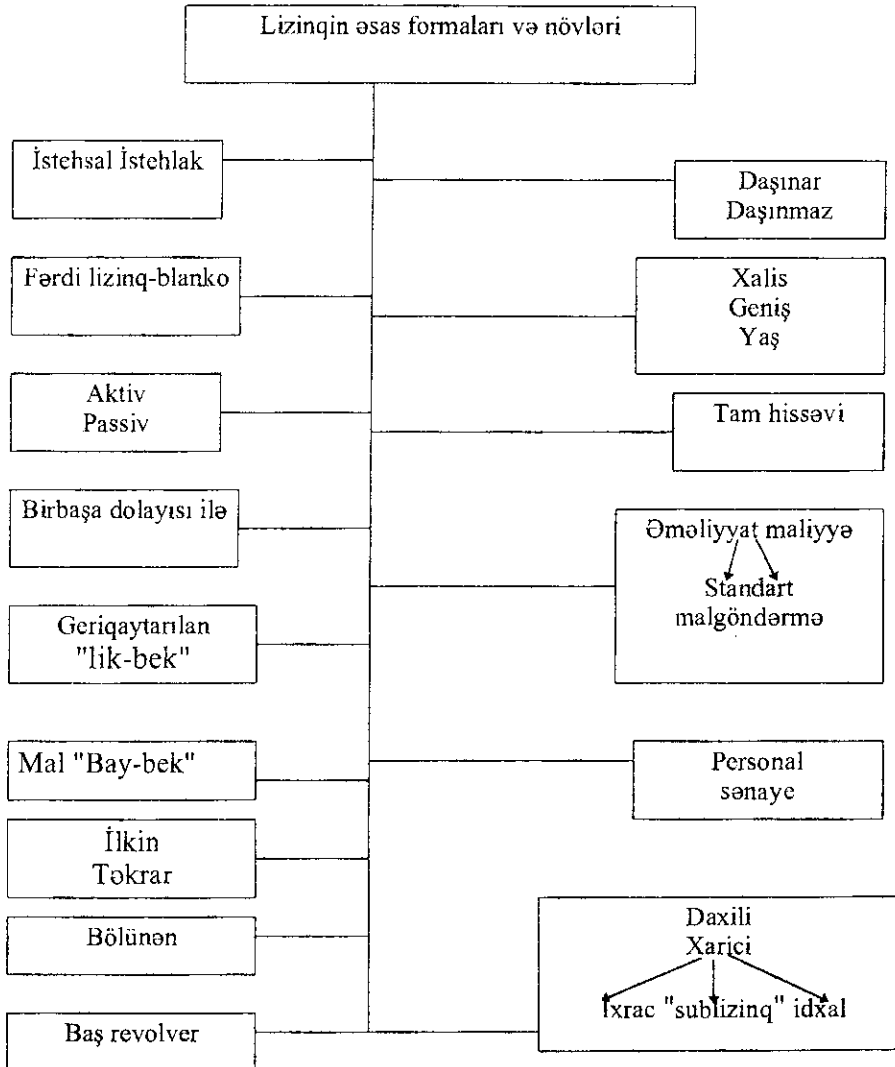
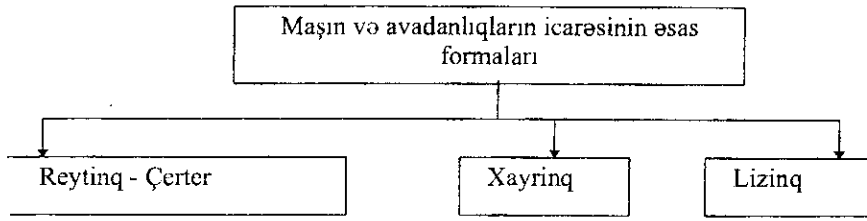
3. Əgər bizim tender qəbul edilərsə və əgər tələb olunarsa, biz sığorta şirkətinin, yaxud bankın zəmanətini alarıq, yaxud da bizi bir yerdə, yaxud da ayrılıqda yuxarıda göstərilən məbləğin 10% həcmindən artıq olmayan məbləgdə iki məqbul və etibarlı olan zəmanət verərik ki, Sizin tərəfdən qəbul edilmiş şərtlər əsasında kontraktın lazımcına yerinə yetirilməsinə möhkəm dəlil olsun.

4. Biz həmin tenderlə onun alındığı tarixdən ___ günlük dövr ərzində bağlı olmağa razıyıq və bu müddət qurtaranadək onu istənilən vaxt qəbul etməyə razı olduğumuzu bildiririk.

5. Nə qədər ki, rəsmi müqavilə hələ hazırlanmayıb, həmin Tender Sizin yazılı (rəsmi) akseptinizlə birlikdə o, bizim aramızda kontrakt öhdəçiliyi olacaqdır.

6. Biz bunu da təsdiq edirik ki, Siz həmin Tenderi hətta ən aşağı qiymətə, yaxud alacağınız hər hansı bir digər Tenderi qəbul etməyə borclu deyilsiniz.

Tenderə məsul şəxslərin imzaları:



MÜNDƏRİCAT

Müqəddimə	3
"Beynəlxalq ticarət işi" kursunun predmeti və metodu	7
Fəsil I. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının iqtisadi mahiyyəti	11
§ 1. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının növləri.	11
§ 2. Beynəlxalq ticarət sövdələşmələri: anlayışı, məzmunu, mahiyyəti	14
§ 3. Beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının subyekti olan kontragentlərin təsnifatı	20
Fəsil II. Bazar: mahiyyəti, məzmunu və tədqiqi	35
§ 1. Bazar və onun tədqiqinin metodoloji əsasları	35
§ 2. Bazarın tədqiqinə dair anlaşma	43
§ 3. Bazar tədqiqatının aparılması metodları.	52
Fəsil III. İdxalat-ixracat əməliyyatları və beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinə hazırlıq	57
§ 1. İdxalat-ixracat əməliyyatları tənziminin ticarət-siyasi vasitələri	57
§ 2. İdxal-ixrac əməliyyatlarının uçotu və onun unifikasiyası	64
§ 3. Birbaşa əlaqələr şəraitində beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinə hazırlıq məsələləri	69
§ 4. Alqı-satqı kontraktlarının (müqavilələrin) bağlanması ..	74
Fəsil IV. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktları (müqavilələri) ...	77
§ 1. Beynəlxalq ticarətdə birtipli kontraktlar	77
§ 2. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının (müqavilələrinin) mahiyyəti və strukturu	83
§ 3. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının növləri və xüsusiyyətləri	107
Fəsil V. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının (müqavilələrinin) icra edilməsinin təşkili	114
§ 1. Malın (yükün) göndərilməsinə hazırlıq	114
§ 2. Müqavilələr icrasının rəsmiləşdirilməsi üzrə xarici ticarət sənədləri	117
§ 3. Beynəlxalq ticarət qaydalarının (üsullarının) sadələşdirilməsi	130
§ 4. Beynəlxalq ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə işçi qrupunun funksiyaları	133
Fəsil VI. Beynəlxalq qarşılıqlı ticarət əlaqələri	136
§ 1. Qarşılıqlı ticarət əlaqələrinin xüsusiyyətləri	136

§ 2. Beynəlxalq qarşılıqlı razılaşmaların (sazişlərin) növləri	138
§ 3. İstehsal əməkdaşlığı razılaşmaları əsasında kompensasiya sazişləri	145
Fəsil VII. Dünya bazarında ticarət-vasitəçi fəaliyyəti	153
§ 1. Ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının mahiyyəti: anlayışları və növləri	153
§ 2. Ticarət-vasitəçi ilə bağlanılan müqavilənin əsas şərtləri	159
§ 3. Ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının təşkilati formaları	165
§ 4. Ticarət-vasitəçi firmaların fəaliyyət xüsusiyyətləri	170
Fəsil VIII. Beynəlxalq birjalarda, hərraclarda və torqlarda ticarət və alış-veriş əməliyyatlarının təşkili	178
§ 1. Beynəlxalq mal birjalari	178
§ 2. Beynəlxalq hərraclar	191
§ 3. Beynəlxalq torqlar	198
§ 4. Beynəlxalq torqların keçirilməsi qaydası və şərtləri	201
Fəsil IX. Beynəlxalq ticarət və alış-veriş işində reklam, sərgilər, yarmarkalar və texniki xidmətlər	210
§ 1. Reklamın təşkili	210
§ 2. Mal nişanı və reklam məqsədilə ondan istifadə	221
§ 3. Beynəlxalq sərgilər və yarmarkalar	224
Fəsil X. Beynəlxalq texnologiya, elmi-texniki biliklər və lisenziya mübadiləsinin metodoloji əsasları	230
§ 1. Beynəlxalq texnoloji biliklər mübadiləsi	230
§ 2. Elmi-texniki biliklər ticarətinin xüsusiyyətləri	232
§ 3. Lisenziyalar və beynəlxalq lisenziyalaşdırma	237
§ 4. Beynəlxalq lisenziyalar ticarətinin xüsusiyyətləri	241
§ 5. Beynəlxalq lisenziya mübadiləsi sazişlərinin növləri və məzmunu	244
§ 6. Beynəlxalq lisenziya ticarətinin təşkili	246
Fəsil XI. Beynəlxalq mühəndis-tikinti xidmətlər mübadiləsi	251
§ 1. Mühəndis-texniki xidmətlər üzrə beynəlxalq mübadilənin mahiyyəti və əhəmiyyəti	251
§ 2. Mühəndis-texniki xidmətlərin verilməsinə (satılmasına) dair beynəlxalq müqavilələrin əsas şərtləri	254
§ 3. Beynəlxalq mühəndis-texniki xidmətlər mübadiləsinin təşkili	263
Fəsil XII. Beynəlxalq icarə əməliyyatları	266
§ 1. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının mahiyyəti	266
§ 2. Beynəlxalq icarə müqavilələrinin əsas şərtləri	271

§ 3. Müasir şəraitdə beynəlxalq ticarətin xüsusiyyətləri və icarə əməliyyatlarının təşkili formaları	278
Fəsil XIII. Beynəlxalq turizm üzrə ticarət əməliyyatları	287
§ 1. Beynəlxalq turizm əməliyyatları turist xidmətlərinin növləri	287
§ 2. Turist xidmətlərinin verilməsi (satışı) üzrə sazişlərin əsas şərtləri	291
§ 3. Beynəlxalq turizm üzrə əməliyyatların təşkilatı formaları	294
§ 4. Beynəlxalq turist bazarlarının öyrənilməsi	301
Fəsil XIV. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq üzrə razılaşmaların (sazişlərin) realizə olunmasında firmaların yeri və rolu	305
§ 1. Beynəlxalq istehsal-texniki əlaqələrin əsas növləri. Onların təşkilatı formaları	305
§ 2. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası ticarət-iqtisad münasibətlərin inkişafı tələblərindən irəli gələn mühüm şərt kimi	312
§ 3. Son məhsulun istehsalı üzrə beynəlxalq kooperasiya	316
§ 4. Beynəlxalq elmi-texniki istehsal komplekslərinin və digər ixtisaslaşdırılmış birliklərin yaradılması	320
Fəsil XV. Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına yardım göstərən təşkilatlar	325
§ 1. Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafını sahmana salan və kömək edən dövlət orqanları və təşkilatları	325
§ 2. Firmaların beynəlxalq fəaliyyətinin inkişafına yardım göstərilməsində xüsusi inhisar birliklərin (təşkilatların) rolu və əhəmiyyəti	331
§ 3. Tədqiqatçı və məsləhətçi firmaların əsas xüsusiyyətləri	340
Əlavələr	343
Mündəricət	366

Beynəlxalq ticarət işi.

İsmayıl Əli oğlu Feyzullabəyli, i.e.d., prof.
Elman İbiş oğlu İbişov, i.e.n., dos.
Həsən Abid oğlu İsrəfilov, i.e.n., dos.

Bakı "Zaman" nəşriyyatı - 2001, 370 səh.

Texniki redaktoru: R.Kərimli
Korrektoru: S.İsmayılova

Çapa imzalanmışdır 20.06.2001. Formatı 60x84 ¹/₁₆.

Həcmi 23 ç.v. Tirajı 700. Sif №56.

"Zaman" nəşriyyatı.

Hazır plyonkalardan
"Elita" mətbəəsində çap olunmuşdur.