

The top half of the cover features a complex, abstract design. It consists of various green and white geometric shapes, including circles, squares, and lines, some of which are semi-transparent. A prominent feature is a large, circular, grid-like structure on the left side. In the lower right, there are several overlapping squares and rectangles. A horizontal band of a gold coin is visible in the middle of this section.

Şəfiqə Məmmədova

The bottom half of the cover continues the abstract design from the top, featuring a mix of green and white geometric patterns. The text is centered in this section.

**BEYNƏLXALQ
KOMMERSİYA İŞİ**

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
SUMQAYIT DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

Şəfiqə Məmmədova

BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA İŞİ

Dərs vəsaiti

Bakı– 2015

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
SUMQAYIT DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

Şəfiqə Məmmədova

BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA İŞİ

Dərs vəsaiti

**Azərbaycan Respublikası Təhsil
Nazirliyinin Elmi-Metodiki Şurası-
nın “İqtisadiyyat” bölməsinin
29.01.2015-ci il tarixli iclasının 125
saylı əmri ilə qrif verilmişdir.**

Bakı – 2015

**ELMİ REDAKTOR:
RƏYÇİLƏR:**

**i.e.n., dos. Q.S.Hüseynov
i.e.d., prof. A.M.Məhərrəmov
i.e.d., prof. H.B.Rüstəmbəyov
i.e.n., dos. A.H.Tağıyev**

**Məmmədova Ş.S. Beynəlxalq kommertiya işi. Dərs vəsaiti.
Sumqayıt Dövlət Universiteti, 2015, 3 s.**

Dərs vəsaitində beynəlxalq kommertiya əməliyyatlarının təşkili, tənzi-
lənməsi şərtləri, məzmunu, icrası, beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin hazır-
lanması, bağlanması, beynəlxalq kontraktlar, ticarət vasitəçiləri tərəfindən
həyata keçirilən əməliyyatlar və s. məsələlər öz əksini tapmışdır.

Dərs vəsaitində həmçinin, beynəlxalq əmtəə birjalarında, hərraclarda,
yarmarka və sərgilərdə həyata keçirilən əməliyyatlar, mühəndis texniki
xidmətlər, elmi-texniki biliklərin mübadiləsi, injiniring xidmətləri, beynəlxalq
lisenziya, icarə, turizm əməliyyatlarına da baxılmışdır.

Dərs vəsaiti tələbələr, magistrant və doktorantlar, müəllimlər, mütəxəssislər,
ümumiyyətlə bu sahə ilə maraqlananlar üçün faydalı ola bilər.

DOI: <https://doi.org/10.36719/0870/2026>

İSBN _____ 978-9952-8280-0-9

MÜNDƏRİCAT

	Səh.
ÖN SÖZ	8
I FƏSİL. BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA ƏMƏLİYYATLARININ MAHIYYƏTİ, NÖVLƏRİ, METODLARI VƏ SUBYEKT-LƏRİNİN TƏSNİFLƏŞDİRİLMƏSİ	10
1.1. Beynəlxalq kommersion işi, beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının mahiyyəti və təşkili xüsusiyyətləri.....	10
1.2. Beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının növləri və onların həyata keçirilməsi metodları.....	13
1.3. Beynəlxalq ticarət, beynəlxalq kommersion sövdələşməsi anlayışı və onun xarakterik xüsusiyyətləri.....	20
1.4. Beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının əsas subyektləri və onların növləri.....	25
II FƏSİL. BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA ƏMƏLİYYATLARININ TƏŞKİLATİ-HÜQUQİ ƏSASLARI, BEYNƏLXALQ TİCARƏT SİYASƏTİ, ONUN TƏNZİMLƏNMƏSİ VƏ İXRAC-IDXAL ƏMƏLİYYATLARI	29
2.1. Beynəlxalq iqtisadi-kommersion fəaliyyətində ümumi qaydaların işlənməsi və beynəlxalq müqavilələrin növləri.....	29
2.2. BMT-nin əmtələrin beynəlxalq alqı-satqı müqavilələri haqqında konvensiyası.....	34
2.3. Beynəlxalq ticarət siyasəti, onun əsas forma və vasitələri	36
2.4. Beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsinin tarif-gömrük, qeyri-tarif metodları və siyasi vasitələri.....	42
2.5. İxrac-idxal əməliyyatlarının məzmunu, növləri, həyata keçirilməsi metodları, statistik uçotu və beynəlxalq tənzimlənməsi.....	56
2.6. Beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının bazis şərtləri, İNCOTERMS-2000.....	72
III FƏSİL. BİRBAŞA ƏLAQƏLƏRDƏ BEYNƏLXALQ TİCARƏT SÖVDƏLƏŞMƏLƏRİNİN HAZIRLANMASI QAYDALARI VƏ KOMMERSİYA KONTRAKTLARININ BAĞLANMASI MƏRHƏLƏLƏRİ	83
3.1. Beynəlxalq kommersion kontraktı anlayışı, yaranması, mahiyyəti	

və vəzifəsi.....	83
3.2. Beynəlxalq kommersiona kontraktlarının bağlanmasına hazırlıq.....	86
3.3. İxrac sövdələşməsinin hazırlanması qaydaları.....	90
3.4. İdxal sövdələşməsinin hazırlanması qaydaları.....	97
3.5. Beynəlxalq kommersiona kontraktlarının bağlanması və ilkin danışıqların aparılması.....	100
3.6. Beynəlxalq kommersiona kontraktlarının bağlanması üsulları.....	104
3.7. Beynəlxalq kommersiona kontraktının bağlanması forması və qüvvəyə minməsi.....	106
IV FƏSİL. BEYNƏLXALQ ALQI-SATQI KONTRAKTLARININ NÖVLƏRİ, ŞƏRTLƏRİ, İCRASININ TƏŞKİLİ VƏ KOMMERSİYA SÖVDƏLƏŞMƏSİNDƏ XARİCİ TİCARƏT SƏNƏDLƏRİ...	110
4.1. Beynəlxalq kommersiona fəaliyyətində nümunəvi kontraktların yeri və onların məzmunu.....	110
4.2. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının ümumi şərtləri və növləri....	113
4.3. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının məzmunu və onu müəyyən edən şərtlər.....	119
4.4. Kompleks avadanlıqlar, xammal və yarımfabrikatlar üçün bağlanan kontraktların əsas xüsusiyyətləri.....	138
4.5. Alqı-satqı kontraktlarının icrası, əmtəələrin yüklənməsinə hazırlıq və qoyulan tələblər.....	141
4.6. Beynəlxalq kommersiona sövdələşməsinin yerinə yetirilməsini rəsmiləşdirən xarici ticarət sənədləri.....	145
4.7. Kontraktların icrası istiqamətində beynəlxalq ticarətin sadələşdirilmiş məsələləri.....	153
V FƏSİL. TİCARƏT VASİTƏÇİLƏRİ TƏRƏFİNDƏN. HƏYATA KEÇİRİLƏN BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA ƏMƏLİYYATLARININ NÖVLƏRİ VƏ TƏŞKİLİ.....	156
5.1. Beynəlxalq ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının məzmunu.....	156
5.2. Ticarət vasitəçi əməliyyatlarının növləri.....	158
5.3. Ticarət vasitəçiləri ilə bağlanan müqavilələrin əsas kommersiona şərtləri	165
5.4. Beynəlxalq ticarət vasitəçiliyinin təşkilati-hüquqi forma və xüsusiyyətləri	170

VI FƏSİL. BEYNƏLXALQ ƏMTƏƏ BİRJALARI, HƏRRACLAR, TORQLAR VƏ BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNDƏ REKLAM, SƏRGİ, YARMARKA İŞLƏRİ.....	176
6.1. Beynəlxalq əmtəə birjalari və birja sövdələşmələri.....	176
6.2. Əmtəə birjalarının təşkilati strukturu və birja əməliyyatlarının həyata keçirilməsi mexanizmi.....	184
6.3. Beynəlxalq hərraclar, onların təşkili və beynəlxalq hərrac ticarətinin təşkilati formaları.....	187
6.4. Beynəlxalq torqlar, onların növləri və həyata keçirilməsi qaydaları	192
6.5. Beynəlxalq kommersiya fəaliyyətində reklam işinin təşkili və reklam məqsədilə istifadə olunan əmtəə nişanının növləri.....	195
6.6. Beynəlxalq yarmarka və sərgilərin növləri və onların təşkili.....	201
6.7. Texniki xidmət və onun təşkili xüsusiyyətləri.....	206
VII FƏSİL. TEXNOLOGİYALARIN BEYNƏLXALQ MÜBADİLƏSİNİN ƏSASLARI VƏ TƏŞKİLİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....	209
7.1. Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin əsasları, obyekt və subyektləri.....	209
7.2. Texnologiyaların, elmi-texniki biliklərin və intellektual mülkiyyətin hüquqi mühafizəsi.....	213
7.3. Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin növ və formaları.....	217
7.4. Dünya texnologiya bazarlarının elmi-texniki – texnoloji mübadilənin müasir inkişaf meylləri və xarakterik xüsusiyyətləri.....	223
VIII FƏSİL. LİSENZİYALARIN BEYNƏLXALQ MÜBADİLƏSİ VƏ ONUN TƏŞKİLİ.....	229
8.1. Lisenziya ticarətinin əsasları, patent və lisenziya mexanizmi	229
8.2. Beynəlxalq lisenziya əməliyyatları və onların əsas xüsusiyyətləri....	236
8.3. Lisenziyaların beynəlxalq mübadiləsi haqqında razılaşmalar, lisenziya müqavilələri və lisenziya ödənişləri.....	239
8.4. Texnoloji ödəniş balansının tətbiqi məsələləri və ticarətin texnoloji tutumu.....	245
8.5. Beynəlxalq lisenziya ticarətinin təşkilində firmaların və lisenziya vasitəçilərinin rolu.....	246
8.6. Beynəlxalq texnoloji mübadilədə və lisenziya əməliyyatlarında intellektual mülkiyyətin qorunması istiqamətləri.....	248

IX FƏSİL. MÜHƏNDİS-TEXNİKİ-BEYNƏLXALQ İNJİNİRİNQ XİDMƏTLƏRİNİN MÜBADİLƏSİ.....	253
9.1. Mühəndis-texniki xidmətlərin beynəlxalq mübadiləsinin yaranması və inkişaf əhəmələri.....	253
9.2. İnjiniring, reinjiniring, beynəlxalq injiniring xidmətləri, onların növləri, kontraktların bağlanması məsələləri.....	256
9.3. Beynəlxalq injiniring əməliyyatlarının təşkilinin əsas formaları, əhəmiyyəti və mühəndis firmalarının növləri.....	267
X FƏSİL. BEYNƏLXALQ İSTEHSAL-TEXNİKİ ƏMƏKDAŞLIQ VƏ BEYNƏLXALQ İSTEHSAL KOOPERASIYASININ TƏŞKİLİ.....	272
10.1. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın zəruriliyi və növləri.....	272
10.2. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın təşkili və onun əsas təşkilati-hüquqi formaları.....	275
10.3. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın inkişaf əhəmələri, beynəlxalq elmi-texniki kooperasiyanın əsas istiqamət və növləri	279
10.4. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası müasir dövrün zəruri inkişaf istiqaməti kimi.....	282
10.5. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının xüsusiyyət, növ, forma və metodları.....	288
10.6. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının səmərəliliyi və beynəlxalq kooperasiya sahəsində razılaşmalar.....	293
XI FƏSİL. BEYNƏLXALQ İCARƏ ƏMƏLİYYATLARI VƏ ONLARIN TƏŞKİLİ İSTİQAMƏTLƏRİ.....	297
11.1. Beynəlxalq icarə əməliyyatları və onların növləri.....	297
11.2. Lizing prosesləri, beynəlxalq lizing əməliyyatları, maliyyələşdirilən və operativ lizing.....	301
11.3. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının təşkilati formaları.....	325
11.4. Beynəlxalq maliyyə lizingi haqqında UNİDROİT-in konvensiyası, müasir şəraitdə beynəlxalq lizingin xüsusiyyətləri və inkişafı.....	328
XII FƏSİL. BEYNƏLXALQ TURİZM ƏMƏLİYYATLARI VƏ ONLARIN TƏŞKİLİ.....	334
12.1. Turizm prosesləri və turist xidmətlərinin növləri.....	334
12.2. Beynəlxalq turizm əməliyyatları, onların növləri və formaları.....	338

12.3. Beynəlxalq turizmin inkişaf xüsusiyyətləri, rolu və nəticələri.....	346
12.4. Dünya turist mərkəzləri və bazarlarının müasir inkişaf ənənələri və perspektivləri	352
12.5. Turist xidmətlərinin göstərilməsinin əsas razılaşma və prinsipləri..	358
12.6. Beynəlxalq turizm əməliyyatlarının təşkilati formaları, beynəlxalq turist təşkilatları və beynəlxalq turizm hüququ.....	362
“Beynəlxalq kommersion işi” fənninin öyrənilməsi ilə bağlı test nümunələri.....	375
İstifadə olunmuş ədəbiyyat.....	384

ÖN SÖZ

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ən qədim və geniş yayılmış formalarından biri olan beynəlxalq ticarət, beynəlxalq kommersioniya əməliyyatları, əsasən, əmtəə və xidmətlərin idxal və ixracı, digər növ əməliyyatlar kimi həyata keçirilərək beynəlxalq əmək bögüsünə əsaslanmışdır.

Müasir dövrdə dünya ölkələri arasında iqtisadi əlaqələrin əsasını kommersioniya əsasında həyata keçirilən müxtəlif istiqamətli beynəlxalq ticarət əməliyyatları təşkil edir. Bu baxımdan beynəlxalq kommersioniya işi və beynəlxalq kommersioniya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi prinsiplərinin, mexanizminin, onun tənzimlənməsinin inkişaf ənənələrinin, beynəlxalq kommersioniya təcrübəsinin və s. dərindən öyrənilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bununla əlaqədar, qeyd edilən istiqamətdə hazırlanan dərns vəsaitlərinin rolu getdikcə daha da artır. Hal-hazırda dünyada baş verən bir çox iqtisadi proseslər, o cümlədən qloballaşma, beynəlmilləlləşmə, transmilliləşmə də bu zərurəti aktual edir.

Beləliklə, beynəlxalq kommersioniya fəaliyyətinin öyrənilməsi istiqamətində həyata keçirilən addımlardan biri kimi dəyərləndirilən “Beynəlxalq kommersioniya işi” adlı dərns vəsaitində beynəlxalq kommersioniya əməliyyatlarının, beynəlxalq kommersioniya təcrübəsinin təşkilati-hüquqi tənzimlənməsinin mahiyyəti və məzmunu, beynəlxalq kommersioniya terminlərinin əhatə olunduğu İNCOTERMS-2000 öyrənilir. Vəsaitdə beynəlxalq kommersioniya əməliyyatlarının təşkili məsələlərinə: beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin hazırlanması və bağlanması, kontragentlər arasındakı birbaşa əlaqələrdə beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının məzmunu, bağlanması şərtləri, onların icrası, ticarət vasitəçiləri tərəfindən həyata keçirilən əməliyyatlar, o cümlədən beynəlxalq əmtəə birjalarında, torqlarda, yarmarka və

sərgilərdə həyata keçirilən əməliyyatların öyrənilməsinə önəm verilir. Dərs vəsaitində həmçinin, beynəlxalq mühəndis-texniki xidmətlər, elmi-texniki biliklərin mübadiləsi, injiniring xidmətləri, beynəlxalq lisenziya, icarə əməliyyatları, beynəlxalq turizm və s. əməliyyatların öyrənilməsinə diqqət yetirilir. Vəsaitdə fənnin öyrənilməsilə bağlı test nümunələri də öz əksini tapmışdır.

“Beynəlxalq kommersion işi” adlı dərs vəsaitinin əsas məqsədi bu fənni öyrənənlərə beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının istənilən növləri üzrə kontraktların tərtibi, bağlanması, ümumiyyətlə beynəlxalq kommersion işi ilə bağlı konkret məsələlərin öyrənilməsi sahəsində nəzəri və praktiki bilik və bacarıqların verilməsidir.

I FƏSİL. BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA ƏMƏLİYYATLARININ MAHIYYƏTİ, NÖVLƏRİ, METODLARI VƏ SUBYEKTLƏRİNİN TƏSNİFLƏŞDİRİLMƏSİ

1.1. Beynəlxalq kommersion işi, beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının mahiyyəti və təşkili xüsusiyyətləri

Dünya ölkələri arasında ticarətin həcmi və strukturu böyük və kiçik firmalar tərəfindən həyata keçirilən müxtəlif növ xarici ticarət – beynəlxalq kommersion əməliyyatlarından formalaşır. Bununla əlaqədar qeyd etmək olar ki, hər bir ölkənin dünya iqtisadiyyatı və dünya ticarətində rolu bu və ya digər sahə və firmalarının mövqeyi ilə müəyyən olunur. Onlar məhz beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının məzmunu və formalarının müəyyənləşdirilməsində böyük rola malikdirlər.

Beynəlxalq kommersion işi (BKİ) - əmtəələrin-material dəyərlərinin və xidmətlərin beynəlxalq mübadiləsinə xidmət edən beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının (BKƏ) təşkili və həyata keçirilməsilə bağlı olan xüsusi nəzəri və praktiki biliklər kompleksidir. Mübadilənin həyata keçirilməsi və beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının təşkili üçün aşağıdakı bir-birilə qarşılıqlı bağlı olan müəyyən fəaliyyət sferalarını və yaxud mərhələləri reallaşdırmaq lazımdır:

- Xarici bazarın və onun konyunkturasının tədqiqi;
- Xarici bazarda reallaşdırmaq məqsədilə ixrac məhsullarının formalaşdırılması;
- Müqavilələri bağlamaq üçün kontragentlərin – alıcıların axtarışı və seçilməsi;
- Kontragentlərlə sövdələşmənin, daha doğrusu bu sövdələş-

mənin bütün şərtlərinin: əmtəə, onun miqdarı, qiyməti, yola salınma vaxtı və s. razılaşdırıldığı müqavilənin bağlanması;

– Müqaviləni yerinə yetirmək, yəni: əmtəəni yola salmağa hazırlamaq, onu alıcıya çatdırmaq, göndərilən əmtəəyə görə hesablaşmaları həyata keçirmək.

Belə fəaliyyət kommersiona xarakteri daşıyır, mübadilə əməliyyatı isə mahiyyətə idarəetmə fəaliyyəti olan kommersiona əməliyyatı olur. Kommersiona fəaliyyətilə praktiki olaraq firmaların istehlakçılarla - bazardakı kontragentlərlə olan əlaqəsi reallaşdırılır. Belə bir əlaqə əgər xarici kontragentlərlə həyata keçirilirsə, bu fəaliyyət xarici iqtisadi fəaliyyət (XİF) kimi qəbul edilir. Daha doğrusu, kommersiona əməliyyatı o halda beynəlxalq hesab edilir ki, bu əməliyyatı həyata keçirən kontragentlər – tərəflər müxtəlif ölkələrdə yerləşsin. BKƏ-nin ən vacib xüsusiyyəti – bu əməliyyatla bağlı gömrük statistikasının qeyd edilməsidir. Əgər hər hansı firma həmin firmanın ölkəsində yerləşən digər firmanın nümayəndəsi ilə kontrakt bağlayırsa, onda belə sövdələşmə beynəlxalq hesab edilə bilməz. Bu fəaliyyət firmanın ixrac-idxal əməliyyatının həyata keçirilməsinə, həmçinin xaricdə istehsal və satış fəaliyyətinin idarə edilməsinə istiqamətlənir.

Xarici bazarın tədqiqi BKƏ-də mühüm amillərdən hesab edilir. Xarici bazarın öyrənilməsi əmtəələrin mənfəətli satışına və ya adekvat məbləqli digər bir əmtəəyə dəyişdirilməsinin mümkün- lüyünü müəyyən etməyə kömək etməlidir. Bunun üçün bazarın vəziyyətinin – onun tutumunun, quruluşunun, satış üçün kommersiona şəraitinin, əsas rəqiblərin və s. öyrənilməsi vacibdir. Firmanın ixrac resursları, hər şeydən əvvəl, xarici bazarda rəqabət qabiliyyətli məhsulun mövcudluğu ilə müəyyənləşdirilir. Məhsulu rəqabət qabiliyyətli etmək üçün ilk növbədə, firmanın resurs təminatını – xammal, maliyyə, texniki, kadr və s. təhlil etmək lazımdır. Bu zaman

nəzərə almaq lazımdır ki, iqtisadi cəhətdən sərfəli xarici ticarət fəaliyyəti yalnız iri miqyaslı əmtəə satışı zamanı mümkündür. Beynəlxalq kommersioniya əməliyyatlarının təşkili üzrə kommersioniya işinin mühüm elementi kontragentlərin – xarici firmaların və ya əmtəə alıcılarının seçilməsi hesab olunur. Lazımi firmaları ya əmtəə-firma və ya sahələr üzrə məlumat kitabçalarından, kataloqlardan, reklam göstəricilərindən, mətbuatdakı nəşrlərdən və digər materiallardan, o cümlədən internet resurslarından istifadə etməklə, ya da xarici ticarət təşkilatlarının (strukturlarının) köməyi ilə tapmaq mümkündür. Qeyd edilən mənbələr arasında firmalar üzrə məlumat kitabçaları daha əhəmiyyətli hesab olunur. Kontragenti seçərkən bazarda onun real vəziyyətini, təsərrüfat fəaliyyətinin göstəricilərini yaxşı bilmək vacibdir.

BKƏ ilə bağlı, xarici bazarın tədqiqinin mühüm vəzifələrindən biri bazarda tələb və təklif arasında tarazlığı qaydaya salmaq üçün əlverişli şəraitin təmin edilməsi imkanının öyrənilməsidir. Beləliklə, xarici bazarın tədqiqatında əsas məqsəd: bazarın inkişafına, strukturuna, münasibətlərin xarakterinə təsir göstərən mühiti – mikro və makro amilləri tədqiq və təhlil etmək və dəyərləndirmək, müvafiq ölkələrin ümumtəsərrüfat strukturunun və uyğun bazarların kon-yunkturunun qarşılıqlı surətdə vəziyyəti və meyllərini öyrənməkdir. Bir qayda olaraq tədqiqat üçün öncədən maraq dairəsində olan ölkə haqqında ümumi məlumat, o cümlədən, onun sahəsi, əhalisinin sayı, milli resursları, dövlət quruluşu, iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsi və strukturu, pul sistemi, milli resursları, valyuta vəziyyəti, vergi qanunvericiliyi prinsipləri, sosial-mədəni xüsusiyyətləri, əhalisinin həyat səviyyəsi, təhsili və mədəniyyəti və s. təhlil edilir.

Əgər dünya bazarı və milli sahə bazarları iştirakçılar, yaxud qrup iştirakçıları arasında bölüşdürülsə, bu halda tədqiqat üçün bazarın ayrı-ayrı segmentlərinin öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu,

istehsalın istiqamətini konkret alıcıların tələblərinə yönəltmək imkanı yaradır. Bununla bağlı, bazarın seqmentləşdirilməsi metodikasının işlənilib hazırlanması mühüm şərtidir. Bazarın ayrıca bir seqmentində müəyyən alıcılar qrupunu malın konkret olaraq müəyyən istiqamətə yönəltmək daha əlverişli olur.

1.2. Beynəlxalq kommersioniya əməliyyatlarının növləri və onların həyata keçirilməsi metodları

BKƏ bu fəaliyyəti həyata keçirən subyektlərin və konkret fəaliyyət obyektinin mövcudluğunu nəzərdə tutan idarəetmə fəaliyyətidir. Qeyd edildiyi kimi, kommersioniya əməliyyatlarının beynəlxalq xarakterli olmasının əsas şərtlərindən biri, kontragentlərin – tərəflərin müxtəlif ölkələrdə yerləşməsidir. BKƏ-nin ikinci vacib şərtini bu növ əməliyyatların gömrük statistikasının qeydiyyatından keçməsi təşkil edir. **BKƏ-nin subyekt** kimi, dövlətdən xarici bazara çıxmaq hüququ olan firma və təşkilatlar çıxış edir. Hal-hazırda kommersioniya fəaliyyətinin əsas subyekt kimi bütövlükdə dünya bazarında belə fəaliyyətin xarakter və prinsiplərini müəyyən edən iri transmilli kompaniyalar (TMK) çıxış edir. **BKƏ-nin obyektlərini** - əmtələrin mübadiləsi kimi həyata keçirilən maddi-material dəyərləri, xidmətlər və istehsal, elmi-texniki əməkdaşlığın digər nəticələri təşkil edir. Bu obyektlər də öz növbəsində dünya bazarında həyata keçirilən BKƏ-nin növlərini müəyyən edirlər.

BKƏ əsasən iki növə:

– qarşılıqlı ödəniş əsasında bilavasitə iştirakçılar – müxtəlif ölkələrin kontragentləri arasında həyata keçirilən **əsas əməliyyatlara**;

– əmtəənin satıcıdan alıcıya irəlilədilməsini həyata keçirən **təminəddici (və ya əlavə) əməliyyatlara** ayrılır.

Əsas BKƏ-yə aiddir:

1. Maddi-material formasında əmtəələrin mübadiləsi – kommersiya əsasında ixrac-idxal əməliyyatları. İxrac-idxal əməliyyatları alqı-satqı kontraktları ilə rəsmiləşdirilir ki, onlar da öz növbəsində iki istiqamətə ayrılır: unifikasiyalaşdırılan (standartlaşdırılan) və razılaşdırılan. Müasir dövrdə sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin ixrac strukturunun təxminən 40%-ni xammal və yarım-fabrikatlar, 60%-ni isə hazır məhsullar, məmulatlar və müxtəlif maşınqayırma məhsulları təşkil edir.

2. Texnologiyaların ticarəti üzrə əməliyyatlar, ticarət patentləri, lisenziyalar, NOW-HOW (ingiliscə: know-how, "bilirəm-necə" deməkdir) formasında elmi-texniki (ET) biliklərin mübadiləsi. Texnologiyaların ticarəti əməliyyatları lisenziya razılaşmaları əsasında rəsmiləşdirilir. Onlar həmçinin bu razılaşmalara əlavə olaraq kontraktlarla da rəsmiləşdirilir. Belə əməliyyatlar texnologiyaların (patentləşdirilmiş və ya patentləşdirilməmiş), eyni zamanda avadanlıqların ötürülməsini əhatə edir.

3. İnjiniring, texniki xidmətlərin mübadiləsi. İnjiniring müqavilə əsasında məsləhətçi adlanan bir tərəfdən sifarişçi adlanan digər tərəfə sifarişçinin müəssisəsində yeni texnoloji proseslərin işlənməsilə obyektlərin layihələndirilməsi, tikintisi və istismarı, həmçinin yeni məmulatın istehsalda tətbiqinə qədər mövcud istehsalın təkmilləşdirilməsi ilə bağlı mühəndis-texniki xidmətləri əhatə edir. İnjiniring aşağıdakı istiqamətlərə ayrılır:

a) **Məsləhət xidmətləri** - (obyektlərin layihələndirilməsi, planların işlənməsi, işlərin həyata keçirilməsinə nəzarət məqsədilə intellektual xidmətlərlə bağlı);

b) **Mühəndis-tikinti xidmətləri.** Belə xidmətlər obyektlərin tikintisi və sonradan onların istifadəsilə bağlı həyata keçirilir. Onlar

podrat-sazlama, podratçıların hazırlanması müqavilələri ilə rəsmiləşdirilir.

c) Kompleks xidmətlər (“Açar altında” tipli layihələr, yəni obyektlərin tikintisindən başlamış avadanlıqların alınması, quraşdırılması, sazlanması, mütəxəssislərin öyrədilməsi və s. əhatə edən kompleks fəaliyyət).

4. Beynəlxalq icarə əməliyyatları. Belə əməliyyatlar ya icarə, ya da lizinq müqaviləsi əsasında həyata keçirilir. İcarə əməliyyatları müddətindən asılı olaraq üç növə ayrılır:

- a) Qısa müddətli icarə - **rentinq** (1- ilə qədər);
- b) Orta müddətli icarə - **xayrinq** (1ildən 2-3 ilə qədər);
- c) Uzun müddətli icarə - **lizinq** (2-3 ildən 15-20 ilə qədər).

İcarənin müddəti avadanlığın həyat tsikli ilə bağlıdır. Lizinqin rentinq və xayrinqdən fərqi ondadır ki, icarə obyektini ödənilmiş icarə dərəcəsi, amortizasiya (aşınma), avadanlığın mənəvi aşınması nəzərə alınmaqla, qalıq dəyərlə icarədarın mülkiyyətinə keçir.

5. Beynəlxalq turizm əməliyyatları. Bu növ kommertiya əməliyyatı müxtəlif turist xidmətlərinin (turistlərin yerləşdirilməsi, turistlərin təyinat ölkəsinə çatdırılması və ölkədə yerdəyişməsi, turistlərin qidalandırılması, onların mədəni tələbatlarının, işgüzar maraqlarının ödənilməsi, ticarət müəssisələri, sənədlərin rəsmiləşdirilməsi və s. ilə bağlı xidmətlər) və turistlərin tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə turist tələbat əmtəələrinin təqdim edilməsini əhatə edir.

6. İstehsal-texniki əməkdaşlıq üzrə əməliyyatlar. İstehsal-texniki razılaşmalar texniki biliklərin ötürülməsi və mübadiləsi, istehsalın və işçi qüvvəsinin ən yaxşı şərtlərinin axtarışı, kütləvi istehsalın genişləndirilməsi, istehsalın ixtisaslaşdırılması, yeni bazarların axtarışı, istehsal xərclərinin aşağı salınması və s. məqsədilə bağlana bilər.

7. İdarəetmənin təkmilləşdirilməsi və informasiya sahəsində,

xidmətlərin təqdim edilməsi əməliyyatları.

8. Kinofilm və teleproqramların mübadiləsi üzrə əməliyyatlar.

Beynəlxalq əmtəə dövriyyəsinin təminədiçi əməliyyatlarına aiddir:

1. Beynəlxalq yüklərin daşınması əməliyyatları;

2. Nəqliyyat - ekspeditor xidmətləri;

3. Yüklərin sığortalanması əməliyyatları;

4. Beynəlxalq daşınmalar zamanı əmtəələrin – yüklərin qorunub saxlanması, anbar əməliyyatları.

5. Beynəlxalq hesablaşmaların aparılması.

Qeyd edilən əməliyyatları “əmtəələrin irəlilədilməsi əməliyyatları” da adlandırırlar. Bəzən bu növ əməliyyatların payına ümumi kontraktın dəyərinin 40-50%-i düşür.

BKİ-nin spesifik forması olan istehsal və ET əməkdaşlıq sferasını xüsusi ayırmaq lazımdır. Çünki, bu xüsusi əməkdaşlıq sferası müəyyən növ təşkilati-idarəetmə fəaliyyətinin nəticəsi kimi çıxış edir. Bu sferanın əsas məqsədləri aşağıdakı növ razılaşmaların bağlanmasıdır:

– istehsalın ixtisaslaşması və kooperasiyalaşması;

– obyektlərin birgə tikintisinin və onların istismarının təşkili;

– istifadə olunan əmtəə məhsullarının kompensasiyalı (güzəştli) ödənişilə iri sənaye obyektlərinin göndərilməsi;

– elmi tədqiqatlar sahəsində kooperasiya sövdələşmələrinin bağlanması .

Bu razılaşmalar beynəlxalq ticarət sövdələşmələri əsasında həyata keçirilir. Ona görə də beynəlxalq ticarət tək-cə maddi dəyərlərlə bağlı olan kommersiya əməliyyatlarını deyil, eləcə də beynəlxalq ticarət kanalları ilə reallaşdırılan digər ticarət- iqtisadi fəaliyyət növlərini də əhatə edir.

BKƏ-nin həyata keçirilməsinin özünəməxsus metodları mövcuddur. Ticarət metodları dedikdə ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilmə üsulları başa düşülür. Beynəlxalq təcrübədə BKƏ-nin həyata keçirilən iki əsas metodundan istifadə olunur:

1. Birbaşa metod (direct) – kommersioniya əməliyyatlarının bilavasitə istehsalçı ilə istehlakçı arasında həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Bu metod vasitəsilə istehsalçı (mal göndərən) və son istehlakçı (mal alan) arasında birbaşa əlaqələr, bilavasitə son istehlakçıya məhsulların göndərilməsi və alqı-satqı müqaviləsi əsasında istehlakçılar tərəfindən malların sərbəst olaraq istehsalçılardan alınması həyata keçirilir.

2. Dolayı metod (indirect) – kommersioniya əməliyyatlarının vasitəçi ilə həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Bu metodla vasitəçilərlə bağlanan xüsusi razılaşma əsasında əmtəələrin vasitəçi firmalardan alınması həyata keçirilir.

Ticarətin bilavasitə metodu maliyyə nöqtəyi-nəzərincə sərfəlidir. Çünki, istehsalçı bu zaman vasitəçiyə veriləcək komission mükafatdan azad olunur, kommersioniya fəaliyyətinin nəticələrinin vasitəçi təşkilatın mümkün insafsızlığından, yaxud kifayət etməyən səlahiyyətlərindən asılılığı və riski aşağı düşür. Həmçinin, bu metod daim bazarda olmağa, dəyişiklikləri nəzərdə saxlamağa və vaxtında onlara uyğun reaksiya verməyə imkan yaradır. Eyni zamanda, bu metodun istifadəsi kommersioniya ixtisasının və ticarət təcrübəsinin olmasından xəbər verir. Əks halda maliyyə xərcləri nəinki azala, hətta əhəmiyyətli dərəcədə arta bilər. Bundan əlavə, daxili ticarətlə müqayisədə beynəlxalq ticarət daha risklidir ki, bu da müxtəlif ölkələrin iqtisadi, siyasi, hüquqi və sosial şərtləri, onların adət-ənənələri, həmçinin ticarət tərəfdaşları arasında böyük məsafələrin olması ilə şərtlənir. Nəticədə, çox zaman beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının aparılması üçün vasitəçilərdən istifadə edilməsi məqsə-

dəuyğun, bəzən isə vacib hesab olunur.

Birbaşa metod firmalar vasitəsilə aşağıdakı hallarda həyata keçirilir:

- xarici bazarda uzunmüddətli kontraktlar əsasında əmtəələrin satışı və alışı;
- bahalı və iri ölçülü avadanlığın ixracı;
- öz satış dairəsi olan filiallar və törəmə şirkətləri tərəfindən standart – çox seriyalı avadanlığın ixracı;
- inkişaf etməkdə olan ölkələrdə (İEOÖ) istehsalçı fermerlərdən birbaşa kənd təsərrüfatı məhsullarının alışı və s.

İstər inkişaf etmiş ölkələr də (İEO), və istərsə də İEOÖ-də dövlət müəssisə və təşkilatları tərəfindən həyata keçirilən BKƏ-nin əsas hissəsini birbaşa idxal və ixrac təşkil edir. Bu əlaqələrin üstünlüklərinə aiddir: birbaşa sabit əlaqələr, istehsal proqramının xarici bazara tez uyğunlaşması, əlaqələrin tez bərpası və s.

Birbaşa əlaqənin aşağıdakı əsas xarakterik xüsusiyyətləri vardır:

1. Konkret xarici istehlakçının və ya istehlakçılar qrupunun xüsusi tələb və sorğusuna istiqamətlənmiş və əvvəlcədən razılaşdırılmış müəyyən növ və tələb edilən miqdarda əmtəələrin göndərilməsi;

2. İdxal və ixrac əməliyyatlarının məqsədyönlü xarakter daşması (adətən, mürəkkəb və kompleks avadanlıqlarla bağlı əvvəlcədən razılaşdırılmış sifarişlər üzrə);

3. İstehlakçı və istehsalçılar arasında uzunmüddətli və stabil əlaqələrin mövcudluğu (müntəzəm mal göndərməni nəzərdə tutan uzun müddətli kontraktlar əsasında).

Müasir kommersiya təcrübəsində birbaşa metoddan istifadə geniş yayılmışdır. Belə ki, amerika firmalarının satışının 2/3 hissəsi, ingilis firmalarının isə fəaliyyətinin 70%-i birbaşa satışın payına düşür. Birbaşa əlaqələrdə TMK-lar böyük rol oynayır. TMK-lar bu

kompaniyaların aid olduğu və yerləşdiyi ölkədən kənarında – xaricdə kompleks istehsal və xidmətə malik və ya onlara nəzarət edən, müxtəlif ölkələrdə geniş filial və şöbələr dairəsinə sahib olan və beynəlxalq səviyyədə bu və ya digər məhsulun istehsalında aparıcı rola malik olan böyük müəssisələr, yaxud iri sənaye-maliyyə birlikləridir. Onlar beynəlxalq istehsalın əsasını və istiqamətini müəyyən etməklə, öz strukturlarına istehsal, elmi-tədqiqat, təchizat, satış xarakterli çoxsaylı xarici filialları daxil etməklə iri transmilli qruplara çevrilmişlər. Beləliklə, TMK-lar özlərinin xaricdə xüsusi satış və istehsal müəssisələrini yaratmaqla, firmalararası birbaşa əlaqələri intensiv olaraq həyata keçirirlər. Nəticədə, TMK-lar müasir beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının həyata keçirilməsinin metod və üsullarını yeniləşdirərək, onları daim təkmilləşdirirlər.

Ticarət vasitəçilərinin köməyi ilə, yəni istehsalçı və istehlakçılardan asılı olmayan ticarət firmaları, təşkilatları və şəxslərin iştirakı ilə beynəlxalq əmtəə dövriyyəsinə cəlb edilən bütün əmtəələrin yarından çoxu reallaşdırılır. Beynəlxalq kommersion təcrübəsində bir sıra vasitəçilər mövcuddur ki, onlar ayrı-ayrı ölkələrin ticarət təcrübələrindən asılı olaraq müxtəlif cür adlanırlar, lakin bu zaman onların iqtisadi və hüquqi məzmunları qorunub saxlanılır. Onlar vasitəsilə, adətən, ikinci dərəcəli məhsulların reallaşdırılması, az tutumlu, uzaq və az öyrənilən, tanış olmayan bazarlarda, həmçinin satış dairəsi olmayan xarici ölkələrdə BKƏ həyata keçirilir. Ticarət vasitəçi firmalar, adətən, yerli bazarları yaxşı tanıyır, onların xüsusi anbarları, xidmətedici texniki bazaları, satış dairələri olur. Bütün bunlar onlara BKƏ-ni həyata keçirməkdə bir çox üstünlüklərə malik olmağa imkan verir. Ticarət vasitəçiləri xüsusən standart sənaye avadanlığı və istehlak əmtəələrinin satışının həyata keçirilməsində böyük rol oynayırlar.

1.3. Beynəlxalq ticarət, beynəlxalq kommersioniya sövdələşməsi anlayışı və onun xarakterik xüsusiyyətləri

Beynəlxalq ticarət elmi-texniki tərəqqiyə əsaslanmaqla, dünya ölkələri arasında əmtəə və xidmətlərin mübadiləsini, müxtəlif növ beynəlxalq kommersioniya əməliyyatlarını nəzərdə tutur. Beynəlxalq ticarət beynəlxalq kommersioniya əməkdaşlığının demək olar ki, əksər sahələrini və növlərini özündə birləşdirir. İstənilən ölkənin iqtisadi müvəffəqiyyəti onun xarici ticarətilə sıx bağlıdır və heç bir ölkə dünya iqtisadi sistemində digər ölkələrlə əlaqələr qurmadan, öz sağlam iqtisadiyyatını yarada bilməz. Xarici ticarətin inkişafı istənilən ölkə üçün ən güclü amildir. Buna baxmayaraq, ölkələrin eyni zamanda beynəlxalq əmtəə mübadiləsindən asılılığı da getdikcə artmaqdadır.

Xarici ticarət - hər bir ölkənin digər ölkələrlə idxal və ixrac ticarət əməliyyatlarından ibarətdir. **Beynəlxalq ticarət** isə bütün dünya ölkələrinin xarici ticarətlərinin məcmusu kimi başa düşülür. Xarici ticarətin müxtəlif növləri mövcuddur: hazır məhsul, maşın və avadanlıq, xammal, texnologiya, xidmət maliyyə alətlərinin (derivativlər, qiymətli kağızlar) və s. ticarətini misal göstərmək olar.

Beynəlxalq ticarət üç əsas göstərici ilə xarakterizə olunur:

- əmtəə dövriyyəsi (ümumi həcm) ilə;
- əmtəə strukturu ilə;
- coğrafi struktur ilə.

Xarici ticarət dövriyyəsi beynəlxalq əmtəə dövriyyəsində iştirak edən ölkənin idxal-ixrac əməliyyatlarının dəyərinin məcmusunu təşkil edir. Xarici ticarətin iki fiziki və dəyər həcmi fərqləndirirlər. Xarici ticarətin dəyər həcmi cari valyuta məzənnəsindən istifadə etməklə, müəyyən vaxt ərzində uyğun illərin cari dəyişən qiymətlərində hesablanır, xarici ticarətin fiziki həcmi isə sabit

qiymətlərdə hesablanır. Beynəlxalq ticarətin ümumi həcmi bütün ölkələrin ixracatının həcmi toplamaqla müəyyən olunur. Milli bazardakı şərtlərlə müqayisədə beynəlxalq ticarətin həyata keçirilməsi şərtlərinin xarakterik xüsusiyyətləri vardır. Bunlara aiddir:

1. Daxili bazara nisbətən beynəlxalq ticarət bazarlarında rəqabət mübarizəsi çox kəskin xarakter daşıyır. Bunun əsas səbəbi belə bazarlarda öz dövlətlərinin köməyinə arxalanan iri beynəlxalq kompaniyaların iştirakıdır;

2. Beynəlxalq ticarətin həyata keçirildiyi dünya bazarı çox mürəkkəb struktura malikdir;

3. Beynəlxalq ticarət şərtləri üçün dünya qiymətləri mövcuddur;

4. Beynəlxalq ticarətdə yüksək səviyyəli monopol-inhisarçı siyasətin mövcudluğu.

Beynəlxalq ticarətdə ölkənin iştirakı onun iqtisadi vəziyyəti, sahəsinin ölçüsü, coğrafi mövqeyi, əhalisinin sayı, təbii resurslarının dərəcəsi, daxili bazarın tutumu, iqtisadi siyasəti və s. ilə şərtləndirilir. Beynəlxalq ticarət əməliyyatları çox vaxt onun hansı valyutada və hansı şərtlərlə həyata keçirilməsindən çox asılıdır. Ona görə də **xarici ticarət kontraktlarının valyuta-maliyyə şərtləri** böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu şərtlərə aiddir:

1. Xarici ticarət hesablaşmalarının prinsip və formaları;

2. Qiymət və ödəniş valyutasının seçilməsi və razılaşdırılması;

3. Valyuta itkilərindən mümkün ola bilən risklərin sığortalanması sistemi;

4. Ödənişlərin vaxtında həyata keçirilə bilinməməsi səbəbindən zəmanətlər.

Xarici ticarət əməliyyatlarının valyuta, maliyyə şərtləri bu əməliyyatın əsas məzmunu ilə, daha doğrusu göndərilən məhsulun çeşidləri, göndərilmə müddəti və s. ilə çox sıx bağlıdır. Buna görə də

ödənişin həyata keçirilməsində valyutanın seçilməsinin əsaslandırılması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bununla bağlı xarici ticarət kontraktlarında valyuta məzənnələrinin vəziyyətinin qeyd edilməsini nəzərdən qaçıрмаq olmaz.

Məlumdur ki, bazar şəraitində xarici-iqtisadi əməliyyatlara və ya xarici ticarət sövdələşmələrinə müxtəlif vətəndaşlığa malik subyektlər olan tərəflər arasında bu və ya digər suallar üzrə kommersion əməliyyatları aiddir. **Alqı-satqı əməliyyatlarının xarici ticarət sövdələşmələri dedikdə**, ticarətdə müxtəlif xarici ölkələrin fiziki və hüquqi şəxslərinin əmtəə və xidmətlərin alqı-satqısı zamanı vətəndaşlıq hüquq və öhdəliklərin yaradılmasına, dəyişdirilməsinə və ya ləğv edilməsinə yönəldilmiş fəaliyyəti başa düşülür. Başqa sözlə, **beynəlxalq kommersion sövdələşməsi** dedikdə, əldə olunan danışıqlara uyğun olaraq (əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqısı haqqında BMT-nin 1980-ci il Vyana Konvensiyasına əsasən) maddi-material formada əmtəələrin göndərilməsi və yaxud xidmətlərin göstərilməsi üzrə müxtəlif ölkələrdə yerləşmiş iki və ya bir neçə tərəf arasında bağlanan müqavilə başa düşülür. Ölkə daxilində belə sövdələşmələrin tənzimlənməsi milli qanunvericiliklə həyata keçirilir. Xarici ticarət sövdələşmələri ölkədaxili sövdələşmələrdən tək cə maliyyə və iqtisadi şərtləri ilə deyil, həmçinin hüquqi tənzimlənməsi ilə də fərqlənir. Bu zaman hüquqi rejim tək cə ölkənin daxili qaydalarından deyil, eyni zamanda beynəlxalq hüquq öhdəliklərinin nəzərə alınmasından yaranan normaların məcmusundan formalaşır. Bütün bu normalar ölkələrarası beynəlxalq sazişlərdə, konvensiyalarda və digər iqtisadi əməkdaşlıq formalarında razılaşdırılır. Bu konvensiyalar içərisində 1980-ci ildə Vyana Konvensiyası adı ilə məşhur olan “Əmtəələrin alqı-satqısının beynəlxalq müqavilələri haqqında BMT-nin konvensiyası” xüsusi yer tutur. Dünyanın bir çox ölkələri bu konvensiyaya qoşulub və

xarici-ticarət sövdələşmələrində idxalçı və ixracatçı ölkələr onun şərtlərinə əməl etməyə borcludurlar. Vyana konvensiyası xarici ticarət sövdələşmələrinin rəsmiləşdirilməsi, razılaşdırılması, hazırlanması və yerinə yetirilməsi ilə bağlı olan bütün qaydaları aydınlaşdırır. Bu zaman alqı-satqı müqaviləsinin, yəni kontraktın bağlanması haqqında təklifin forması və ona qoyulan tələblər (oferta) və bu təklifin qüvvəyə minməsi şərti dəqiq müəyyənləşdirilir. Burada həmçinin, tərəfdaşın bu təklifi qəbul etmə qaydaları (aksept razılaşma) da təsvir olunur. Bu ilkin hazırlıq mərhələsindən sonra, xarici ticarət alqı-satqı kontraktı bu və ya digər formada bağlanılır (şifahi, yazılı və s.).

Beləliklə, beynəlxalq kommersiya əməliyyatlarının həyata keçirilməsi müəyyən hüquqi formaların, onların reallaşdırılmasının konkret istiqamətlərinin tətbiqini tələb edir. BKƏ-nin hüquqi forması beynəlxalq ticarət sövdələşməsi (BTŞ) adlanır. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, BTŞ tərəflər arasındakı razılaşmaya uyğun olaraq xidmətlərin göstərilməsi, müəyyən edilmiş miqdarda və keyfiyyətdə əmtəələrin göndərilməsi üzrə müxtəlif ölkələrdə yerləşən iki və ya bir neçə tərəf arasında bağlanan müqaviləni nəzərdə tutur. Müqavilənin beynəlxalq xarakteri onunla bağlıdır ki, bu halda tərəflər-subyektlər kimi müxtəlif ölkələrdə yerləşən kommersiya firmaları çıxış edir. Müqavilə o vaxt beynəlxalq müqavilə sayılır ki, bu hüquqi sənəddə qeyd edilən və müxtəlif ölkələrə məxsus tərəflər eyni ölkə ərazisində yerləşməsin. Bundan başqa, eyni milli mənsubiyyətə malik tərəflərin kommersiya müəssisələri müxtəlif ölkələrin ərazilərində yerləşərsə, bu tərəflər arasında bağlanan müqavilə də beynəlxalq xarakterli olur. BTŞ-də tərəflər xüsusi hüquqi rejimə tabe olan kommersantlar adlanır. BTŞ həm əsas və həm də təminədiçi BKƏ-ni əhatə edir.

Müasir dövrdə BTŞ-in aşağıdakı xarakterik xüsusiyyətləri

vardır:

1. Beynəlxalq əmtəə dövriyyəsinə daxil olan məhsulun nomenklaturasının (çəşidinin) artımı və onun xarakterinin dəyişməsi;
2. Müəssislər üçün bütövlükdə avadanlıqların göndərilməsi;
3. Sövdələşmələrin miqyasının artması;
4. “Açar altında” xarakterli sövdələşmələrin genişlənməsi. Bu halda satıcı, müəssisənin tikintisi üzrə layihə sənədlərinin hazırlanmasından başlayaraq, müəssisənin işə buraxılması və nəzərdə tutulan göstəricilərin əldə edilməsinə qədər olan bütün kompleks işlər üzrə öhdəlikləri öz üzərinə götürür.
5. Konsersiumun yaranması yolu ilə müxtəlif ölkələrin birgə kompaniyalarının iri miqyaslı sövdələşmələrinin həyata keçirilməsi və s.

BTS-in ən vacib əlamətlərindən biri də istehsal təyinatlı məhsullara münasibətdə onun məqsədyönlü xarakterdə olmasıdır. BKƏ-də fəaliyyətin məqsədyönlü olması onun istər milli, istərsə də xarici istehlakçıya istiqamətlənməsi deməkdir. Bu isə özlüyündə əvvəlcədən alınan və ya əvvəlcədən razılaşdırılmış malların (kompleks avadanlıq, mürəkkəb avadanlıq növləri üzrə) əsasında istehlakçılarla birbaşa əlaqənin qurulmasını vacib edir. Nəticədə, göstərilən fəaliyyət istehsalçıya vasitəçilik xidmətlərinə görə adətən 30% qədər qənaət etməyə imkan verir. Kompleks avadanlıqların göndərilməsi, adətən, uzunmüddətli əlaqələrin formalaşması zamanı həyata keçirilir. Bu halda layihədən başlanmış istismara qədər olan işlər reallaşdırılır, avans ödənişləri baş verir, eyni zamanda həm məhsul formasında və ya həm də nəğd pul formasında ixracatçının idxalçını kreditləşdirməsi tətbiq edilə bilər və s. Müasir şəraitdə firmalar arasındakı əlaqənin geniş formaları tətbiq olunur:

- birgə elmi fəaliyyət;
- istehlakçıya texniki məsləhətlərin təqdimi;

- yeni məmulatların və onların nümunələrinin hazırlanması proseslərində sifarişçilərin iştirakı;

- yeni məhsula ixtiraçılar, kiçik firma-yenilikçilər tərəfindən təqdim olunan lisenziyanın, yeni texnologiyanın iri firmalar tərəfindən əldə etməsi yolu ilə kiçik və iri firmaların istehsal kooperasiyası və s.

1.4. Beynəlxalq kommertiya əməliyyatlarının əsas subyektləri və onların növləri

Beynəlxalq ticarətdə əmtəələrin alqı-satqısı və müxtəlif növ xidmətlərin göstərilməsi üzrə müqavilə münasibətlərində olan tərəflər kontragentlər adlanır. Dünya bazarlarına daxil olan və fəaliyyət, məqsəd və xarakterlərindən asılı olaraq kontragentlər dörd kateqoriyaya ayrılır:

- Firmalar;
- Sahibkarlar birliyi;
- Dövlət orqanları (nazirlik və bölmələr) və təşkilatları;
- BMT-nin beynəlxalq iqtisadi təşkilatları.

BKƏ-nin əsas hissəsini firmalar həyata keçirir. Dünya praktikasında “firma” terminindən əsasən kommertiya məqsədini güdən kontragenti nəzərdə tutmaq üçün istifadə olunur. **Firma** dedikdə, sənaye, ticarət, tikinti, nəqliyyat, kənd təsərrüfatında və s. mənfəət əldə etmək məqsədilə təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirən müəssisə başa düşülür. Hər bir firma özünə öz ölkəsinin ticarət reyestrində qeyd edilən müəyyən ad götürür. Firmanın adı onun sahibkarlarının birinin və ya bir neçəsinin adı, familiyasını (məsələn, Ford, Daymler – Kraysler və s.), fəaliyyət xarakterini (Ceneral motors, Ceneral elektrik və s.) ya da hər ikisini əks etdirə bilər. Firmanın adı mütləq firmanın hüquqi vəziyyətini özündə əks etdirməlidir.

Məsələn, səhmdar cəmiyyəti olduğu halda firmanın adında mütləq səhmdar sözü göstərməlidir. Dünya bazarlarına çıxan firmaları təsərrüfat fəaliyyətinin və həyata keçirilən əməliyyatların növlərinə görə, hüquqi vəziyyətinə, mülkiyyətin xarakterinə, kapitalın nəzarət forması və mənsubiyyətinə, fəaliyyət sferalarına görə fərqləndirirlər.

Sahibkarlar birliyi və ya ittifaqı – biznesmenlərin (iş adamlarının) ayrı-ayrı qruplarının birliyidir. Sahibkarlar birliyi firmalardan onunla fərqlənir ki, onların fəaliyyətinin məqsədi mənfəətin əldə edilməsi deyil, bu qrupa daxil olan biznesmenlərin dövlət orqanlarında maraqlarının təmsil edilməsi və xüsusi sahibkarlara ixracı genişləndirməkdə köməyin göstərilməsidir.

Birliyin rəsmi məqsədlərinə:

- müəyyən ümumi sahə, fəaliyyət sferalarının razılaşdırılması;
- məhsulun standartlaşdırılması;
- məsləhət xidmətlərinin təşkili;
- kadrların hazırlanması, sahə statistikasının aparılması və s.

aidir.

Bir çox ölkələrdə - Yaponiya, Fransa, İsveçrədə sahibkarlar ittifaqı dövlət orqanları ilə razılaşmalarda bütün sahələrin rəsmi nümayəndəsi kimi çıxış edirlər. Sahibkarlar birliyi assosiasiya, federasiya, sovetlər və s. formasında yaradılır. Birləşmənin xarakterindən asılı olaraq, **sahə ittifaqları** və fəaliyyət növünə görə **sahibkarlar ittifaqını** fərqləndirirlər. Sahə ittifaqları sənayenin bir sahəsini əhatə edən və ya bir növ məhsul istehsal edən sahibkarları birləşdirir. Sahibkarlar birliyi isə sənaye, ticarət, turist və digər firmaların birliyidir. Formal olaraq sahibkarlar ittifaqı bazara və qiymətlərə təsir etmək məqsədini güdmür. Ancaq onlar kartellərə məxsus bir çox funksiyaları yerinə yetirir, ittifaqın iştirakçıları üçün kvotalar qoymaqla, istehsal məsələlərinə qarışırlar. Belə ki, assosiasiya və federasiya, adətən, nəinki qiymətləri, hətta əmtəənin miq-

darını da tənzimpləyir. Bir çox assosiasiyalar öz üzv firmaları üçün hətta nümunəvi kontrakt formaları da işləyir.

Əksər sahibkarlar ittifaqı birbaşa BKƏ həyata keçirmirlər və nəticədə xarici bazarda kontragent kimi çıxış etmirlər. Ancaq, bir çox ölkələrdə (məs. Skandinaviya ölkələri) sahibkarların sahə ittifaqları firmaların sifarişilə nəinki böyük həcmdə BKƏ aparır, hətta xarici bazarda ixraca inhisar hüququ əldə etməklə, müəyyən növ məhsulların vahid mal göndərənləri kimi çıxış edirlər.

Sahibkarlar birliyi qeyd edilənlərdən başqa, üzv müəssisələrini xammal, nəqliyyat və s. ilə təmin etməklə də məşğul olurlar. Birliyin fəaliyyəti üzv firmaların verdikləri üzvlük haqları əsasında həyata keçirilir.

Dövlət orqanları və təşkilatları dünya bazarlarında üçüncü kontragent növlərinə aiddirlər. Dövlət firmalarından fərqli olaraq onlar kommersiya məqsədi güdmürlər. Dünya bazarlarında kommersiya əməliyyatları ilə yalnız ölkənin hökuməti tərəfindən xüsusi icazəsi və ya lisenziyası olan nazirliklər, orqanlar və təşkilatlar məşğul ola bilərlər. Xarici bazara çıxmaq hüququ olan dövlət orqanları daha çox İEOÖ-dədir. Məsələn, Argentinada buğdanı ancaq buğda üzrə Milli Komitə (MK), əti isə ət üzrə MK ixrac edir.

Bundan başqa, dövlət orqanları və nazirlikləri digər BKƏ-də kontragent kimi çıxış edirlər. Belə kommersiya əməliyyatlarına: elmi-texniki mübadilə, icarə əməliyyatları və texniki mübadilə və başqalarını aid etmək olar.

Dünya bazarlarında əmtəə və xidmətlərin kifayət qədər böyük alıcıları kimi **BMT-nin beynəlxalq təşkilatları** çıxış edirlər. İnvestisiya obyektlərinin tikintisini həyata keçirən BMT-nin belə təşkilatlarından PDUN (The program of development of United Nations – BMT-nin İnkişaf Proqramı) və UNİDO-nun (United Nations Industrial Development Organization – BMT-nin Sənaye İnkişaf Təşkila-

tı) göstərmək olar. PDUN 1966-cı ildən fəaliyyət göstərir. O, hər tərəfli iqtisadi və texniki kömək üzrə operativ fəaliyyətin maliyyələşdirilməsi üçün xüsusi fondlara malikdir. Bu təşkilatların maliyyə fondu dövlətlərin texniki əməkdaşlıq sisteminin iştirakçıları tərəfindən könüllü edilən üzvlük haqları hesabına formalaşır. PDUN BMT-nin texniki kömək vasitələrini və istiqamətlərini tənzimləyən baş orqanıdır. O, həmçinin avadanlıq və materialları da lazım olan istiqamətlərə alıb göndərir. PDUN əsasən investisiya qabağı işlərin yerinə yetirilməsində texniki köməklik göstərir. Texniki işlər ölkənin öz hesabına həyata keçirilir. Ancaq, son illərdə bir çox İEOÖ-də iri sənaye obyektlərinin tikintisinin maliyyələşdirilməsini də o, öz üzərinə götürmüşdür. BMT-nin digər təşkilatları: UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development – BMT-nin Ticarət və inkişaf üzrə Konferensiyası), UNEP (United Nations Environment Programme – BMT-nin Ətraf Mühit Proqramı), UNESCO (United Nations Educational Scientific and Culture Organization – BMT-nin Təhsil, Elm və Mədəniyyət məsələləri üzrə Təşkilatı), FAO (The food and agricultural Organization – Ərzaq və Kənd təsərrüfatı Təşkilatı), Beynəlxalq Əmək Təşkilatı da bilavasitə bir çox iri miqyaslı layihələrin və BKƏ-nin iştirakçılarıdır. Onlar subpodrat əsasında layihələri yerinə yetirir və bunun üçün bütün xidmət kompleksini həyata keçirən və “açar altında” tipli obyektlərin tikintisinin yerinə yetirilməsində xüsusi injiniring firmaları ilə müqavilə bağlayırlar.

II FƏSİL. BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA ƏMƏLİYYATLARININ TƏŞKİLATI -HÜQUQİ ƏSASLARI, BEYNƏLXALQ TİCARƏT SİYASƏTİ, ONUN TƏNZİMLƏNMƏSİ VƏ İXRAC-İDXAL ƏMƏLİYYATLARI

2.1. Beynəlxalq iqtisadi-kommersiya fəaliyyətində ümumi qaydaların işlənməsi və beynəlxalq müqavilələrin növləri

Müasir dövrdə beynəlxalq kommersiya fəaliyyəti əhəmiyyətli dərəcədə unifikasiya olunmuş (vahid şəklə salınmış) hüquqi dərəcəsi ilə xarakterizə olunur. Bu isə öz növbəsində mövcud milli hüquq sistemlərindəki müxtəlif hüquqi normalar arasında meydana çıxan bilən fərqləri aradan qaldırmağa imkan verir. Bunlar daha çox əsas problemlərə, o cümlədən əmtələrin alqı-satqısının beynəlxalq müqavilələrinə, daşınma, xidmətlərin göstərilməsi üzrə müqavilələr aiddir.

Xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq kommersiya işində, ümumiyyətlə beynəlxalq ticarətdə ümumi qayda və prinsiplərin müəyyən edilməsi və işlənməsində beynəlxalq iqtisadi təşkilatların böyük rolu vardır. Belə təşkilatlar beynəlxalq ticarət hüququnun harmoniyalaşdırılmasını və standartlaşdırılmasını həyata keçirirlər, nəticədə beynəlxalq kommersiya fəaliyyətini tənzimləyərək, bu sahədə hüquqi maneələri aradan götürürlər.

Beynəlxalq kommersiya fəaliyyətini tənzimləyən bir çox təşkilatlar mövcuddur. Daha böyük rolu olan təşkilatlardan aşağıdakıları qeyd etmək olar:

1. UNCITL – BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Hüququ üzrə Komissiyası.

2. UNİDROİT – Xüsusi Hüquqi unifikasiyasının beynəlxalq İnstitutu.

3. UNCTAD – BMT-nin Ticarət və inkişaf üzrə Konferensiyası.

4. BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyası (AİK).

UNCİTL (United Nations Commission on International Trade Law) – beynəlxalq ticarətin razılaşdırılması və unifikasiyası məqsədilə 1966-cı ildə təsis edilmişdir və 1968-ci ildə fəaliyyətə başlamışdır. Bu təşkilatın fəaliyyətinin əsas istiqamətini beynəlxalq ticarət hüququnun unifikasiyası proqramı üzrə konversiyaların (qanunverici sənədlərin) hazırlanması və qəbulu təşkil edir.

UNİDROİT Millətlər Liqasının köməkçi orqanı kimi 1926-cı ildə yaradılmışdır və əsas fəaliyyətinə 1940-cı ildən başlamışdır.

UNİDROİT-in əsas məqsədlərinə aiddir:

– vahid hüquqi tənzimləmənin beynəlxalq təcrübəsinin işlənməsi və tətbiqi yolu ilə beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin (BİM) əlverişli inkişafı üçün şəraitin yaradılması;

– ayrı-ayrı və qrup dövlətlərin xüsusi hüquqi normalarının uzlaşdırılması və razılaşdırılması yollarının öyrənilməsi;

– müxtəlif dövlətlərin vahid xüsusi hüquqi normalarının tədricən qəbul edilməsi prinsiplərinin işlənməsi və s.

Bu təşkilatın işində “Beynəlxalq kommersion kontraktlarının prinsipləri” adlanan sənədin hazırlanması xüsusi yer tutur.

Beynəlxalq kommersion işinin tənzimlənməsində, BİM sahəsində geniş məsələləri əhatə edən və dövlətlər tərəfindən imzalanan çoxtərəfli konvensiyalar xüsusi yer tutur. Çoxtərəfli beynəlxalq konvensiyalar beynəlxalq kommersion fəaliyyətinin əsas sahələri üzrə: xarici investisiyalar, dəniz ticarəti, hava daşınmaları, dəmiryol nəqliyyatı, beynəlxalq avtomobil yollarında yüklərin daşınması, ticarət arbitrajı, intellektual mülkiyyət, əmtəə nişanlarının qeyd edilməsi və s. sualları üzrə bağlanmışdır.

Beynəlxalq kommersion işində iqtisadi təşkilat kimi UNCTAD xüsusi yer tutur. Onun məqsədlərinə aiddir:

1. İqtisadi artımın yüksəlməsi (xüsusilə İEOÖ-də) məqsədilə beynəlxalq ticarətin inkişafına kömək və təsir;
2. Beynəlxalq ticarətlə bağlı prinsiplərin işlənməsi;
3. BMT-nin beynəlxalq ticarət sahəsində digər təşkilatların işinə baxılması və onlara kömək edilməsi;
4. Ticarət sahəsində ehtiyac yaranarsa lazımi hüquqi, çoxtərəfli aktların qəbulu və danışıqların aparılması;
5. Ticarət sahəsində dövlətlərin və regional iqtisadi qrupların siyasətinin razılaşdırılması və s.

UNCTAD-ın vəzifələrinə daxildir:

- dövlətlər arasında ticarət və iqtisadi münasibətlərin tənzimlənməsi;
- xammal əmtəələrinin beynəlxalq ticarətinin tənzimlənməsi üzrə tədbirlərin işlənməsi;
- iqtisadi əməkdaşlıq üzrə tədbirlərin və vasitələrin işlənməsi;
- İEOÖ arasında iqtisadi əməkdaşlığın inkişafına kömək edilməsi;
- məhdud işgüzar təcrübənin tənzimlənməsi;
- dünya ticarəti və digər problemlər üzrə dövlətlərin və regional iqtisadi qrupların siyasətinin uzlaşdırılması;
- BMT çərçivəsində digər beynəlxalq təşkilatlarla – Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) ilə əməkdaşlıq və geniş əhatəli problemlər sahəsində analitik işlərin həyata keçirilməsi və s.

BMT-nin AİK-si beynəlxalq kommertiya təcrübəsinin tənzimlənməsi sahəsində ticarətin inkişafı üzrə komitə çərçivəsində bir çox kompleks məsələləri həll edir. Ticarətin İnkişafı üzrə Komitə beynəlxalq kommertiya fəaliyyəti sahəsində illik sessiyalarda aşağıdakı suallara baxır:

- iqtisadi əməkdaşlıq və ticarət haqqında uzunmüddətli razılaşmalar;

- ticarətin inkişafı yolunda müxtəlif növ maneələr;
- regionlarda güzəştli ticarət;
- bazarlar, marketing metodları və işgüzar əlaqələr haqqında informasiya;
- beynəlxalq ticarət qaydalarının təkmilləşdirilməsi;
- BMT-nin EDİFAKT (BMT-nin idarəetmə, ticarət və nəqliyyatda məlumatların elektron mübadiləsi qaydaları) standartlarının işlənməsi və s.

Komitə çərçivəsində stabil olaraq sənaye məhsullarının göndərilməsi sahəsində beynəlxalq müqavilələr üzrə və bu müqavilələrin tərtibini işləyən ekspertlər qrupu və xarici ticarət informasiyası və xarici ticarət sənədləşməsinin ötürülməsi sistemi üzrə təkliflər işləyən beynəlxalq ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə işçi qrupu fəaliyyət göstərir.

1982-ci ildə sənaye məhsullarının göndərilməsi sahəsində beynəlxalq müqavilələrin işlənməsi üzrə ekspertlər qrupu tərəfindən AİK-in Ticarətin İnkişafı üzrə Komitəsi “Texniki dəstək aspektləri də daxil olmaqla injiniring məsələlərinin beynəlxalq prinsip və qaydaları” işlənmişdir. Qeyd edilən sənəd özündə məsləhətçi və sifarişçi arasındakı müqaviləyə daxil edilməsi üçün lazım olan şərtlərin ətraflı siyahısı və xarakteristikaları, həmçinin mühəndis-məsləhətçi tərəfindən təqdim olunan xidmətlərin siyahısını birləşdirir.

Dünya iqtisadi təsərrüfat əlaqələri sistemində yaranan münasibətlərin təşkilati-hüquqi əsaslarını beynəlxalq müqavilələr təşkil edir və bu müqavilə münasibətlərinin hüquqi tənzimlənməsi isə beynəlxalq hüquqi normalarla həyata keçirilir. Xarici iqtisadi fəaliyyətlə bağlı iki növ beynəlxalq müqavilələr böyük əhəmiyyət kəsb edir. Birinci növ beynəlxalq müqavilələrə iki dövlət və ya dövlətlər qrupu arasındakı münasibətlərdə ticarət rejimlərini

müəyyən edən müqavilələr aiddir. Məzmununa görə onları ümumi olaraq beş əsas qrupa bölmək olar:

- ticarət müqavilə və razılaşmaları;
- iqtisadi və texniki əməkdaşlıq haqqında razılaşmalar;
- iqtisadi razılaşmalar;
- maliyyə köməyinin təqdim edilməsi haqqında razılaşmalar;
- investisiyaların qorunması haqqında razılaşmalar.

Ümumi növ ticarət müqavilə və razılaşmalarında tərəflər daha əlverişli rejimin qarşılıqlı təqdimini nəzərdə tuturlar. Bunlar, bir qayda olaraq, gömrük rüsumlarının alınması, ixrac və idxal zamanı bütün mümkün vergi və yığımlar sahəsinə və s. aiddir. Ticarət müqavilələri, adətən, uzun müddət üçün nəzərdə tutulduğundan, onlar ölkələr arasında ticarət münasibətlərində müəyyən stabillik yaradır. İqtisadi və texniki əməkdaşlıq haqqında dövlətlərarası razılaşmalar elm tutumlu əmtəələrin ticarətinin genişlənməsində vacib rol oynayır və adətən 1-5 il müddətlərinə bağlanılır.

Dövlətlərarası iqtisadi razılaşmalar ümumi xarakterli ticarət razılaşmalarına oxşardır. Fərq ondadır ki, onlarda ümumi formada əmtəə və xidmətlərin mübadiləsi sualları ilə yanaşı, razılaşan tərəflər kapitalın hərəkəti və qarşılıqlı ödənişlərlə əlaqədar münasibətlərdə də diskriminasiyanı tətbiq etməməyi öz öhdələrinə götürürlər. İqtisadi razılaşmaların fəaliyyət müddəti adətən 1-1,5 il olur.

Maliyyə köməyi haqqında dövlətlərarası razılaşmalar tərəflərin birinin digərinə uzunmüddətli (kreditin məbləği göstərilməklə) kreditin təqdimini nəzərdə tutur. İntestisiyaların qorunması haqqında dövlətlərarası razılaşmalar tərəflərin qarşılıqlı kapital qoyuluşları ilə bağlı diskriminasiyanı tətbiq etməməyi, kapital və mənfəətin sərbəst hərəkətinin təmini, siyasi risklərdən kapitalın sığortalınması və s.-ni nəzərdə tutur.

Beynəlxalq müqavilələrin ikinci növü xarici iqtisadi kontraktlardan meydana çıxan əmlak münasibətlərini tənzimləyən hüquqi qaydaları nəzərdə tutur. Belə növ müqavilələrdən ilk növbədə 1980-ci ildə qəbul edilmiş əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqı müqavilələri haqqında BMT-nin konvensiyasını qeyd etmək olar.

2.2. BMT-nin əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqı müqavilələri haqqında konvensiyası

BMT-nin əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqı müqavilələri haqqında konvensiyası (bu konvensiya BMT-nin Avstriyanın Vyana şəhərində keçirilən konfransında qəbul edildiyi üçün, onu çox vaxt Vyana konvensiyası da adlandırırlar) 1980-ci ildə qəbul edilmişdir. Bu konvensiya ölkələrin milli qanunvericiliyindəki əhəmiyyətli dərəcədə nəzərə çarpan fərqi – uyğunsuzluğu aradan götürməyə imkan verən, bağlanmış beynəlxalq alqı-satqı sövdələşmələri şərtlərinin uzlaşdırılması, həmçinin müqavilələrin bağlanması və yerinə yetirilməsini, eyni formada tənzimlənməsi məqsədilə BMT-in beynəlxalq ticarət hüququ üzrə Komissiyası (UNCITL) tərəfindən işlənmişdir.

Vyana Konvensiyası müxtəlif ictimai, iqtisadi və hüquqi sistemlərə malik bir çox ölkələr üçün ümumi şəkildə qəbul edilə bilən əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqısını tənzimləyən uzlaşdırılmış, unifikasiya edilmiş qaydaları əhatə edir və o, beynəlxalq ticarətdə hüquqi maneələrin aradan qaldırılmasını təmin etmək qabiliyyəti təmin edir.

Vyana Konvensiyasının əsas məqsədi - əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqısını tənzimləyən milli qanunların unifikasiya edilməsinə, eyni bir formaya gətirilməsinə istiqamətlənmişdir. Bu sənəd müasir beynəlxalq ticarətdə ən geniş yayılmış sövdələşməni –alqı-satqı müqaviləsinin hüquqi tənzimlənməsini həyata keçirir. Onun tətbiqi

nəticəsində alqı-satqı sövdələşməsinin hüquqi tənzimlənməsi zamanı onun iştirakçı tərəfləri olan ölkələrin hüquqi baxımdan aralarında olan fərq əhəmiyyətli dərəcədə aradan götürülür. Bu da müqavilənin həm bağlanmasını, həm də yerinə yetirilməsini asanlaşdırır. Çünki tərəflərin hüquq və öhdəliklərinin məzmunu eyni bir şəkildə müəyyən olunur.

Konvensiya normativ xarakter daşıyır. Eyni zamanda tərəflər öz razılıqları ilə onun bəndlərindən kənarlaşa bilərlər. Konvensiya yalnız beynəlxalq xarakterli müqavilələrə şamil edilir. Məlum olduğu kimi sövdələşmənin beynəlxalq xarakterli olmasının əsas şərti kommersiya subyektlərinin müxtəlif ölkələr ərazisində yerləşməsidir. Konvensiyanın fəaliyyət sferasından alqı-satqı sövdələşməsinin müəyyən növləri çıxarılmışdır: istehlak ticarəti, hərracdan satış. Konvensiya həmçinin qiymətli kağızları, hava və su nəqliyyatı gəmiləri, elektrik enerjisi, podrat xarakterli kontraktlarına aid deyildir. Konvensiya xarici ticarət, əmtəələrin alqı-satqısı zamanı ənənəvi olaraq meydana çıxan bir sıra vacib sualları tənzimləmir. Bunlara misal olaraq öhdəliklərin yerinə yetirilməməsi zamanı meydana çıxan bilən cərimələri göstərmək olar. Belə suallar qəbul edilən milli hüquq normalarına uyğun tənzimlənilir. Bundan başqa, Konvensiya malgöndərmənin, xarici ticarət sövdələşmələrinin tənzimlənməsi üzrə əvvəllər bağlanmış beynəlxalq müqavilələrə də toxunmur.

Beynəlxalq ticarətdə vahid sənəd kimi bir qayda olaraq iri həcmli və mürəkkəb kontraktlar bağlanılır. Konkret tərəfdaşla stabil işgüzar münasibətlər zamanı alqı-satqının onunla razılaşdırılmış ümumi şərtlərindən istifadə edilməsi təcrübəsi tətbiq olunur.

Beləliklə, əmtəələrin alqı-satqısının beynəlxalq müqavilələri haqqında Vyana Konvensiyası özündə aşağıdakıları əks etdirir:

1. Əmtəələrin alqı-satqısının beynəlxalq müqavilələrinin bağlanması və yerinə yetirilməsinin eyni bir şəkildə tənzimlənməsinin

prinsiplərini nəzərdə tutur və əsasən, milli qanunvericilikdə mövcud olan əsaslı fərqləri aradan götürür.

2. Xarici qanunvericiliyi öyrənməyə və tətbiq etməyə ehtiyac olmadığı üçün kommersiya danışıqlarının sürətləndirilməsinə, yüngülləşdirilməsinə və xərclərinin azaldılmasına imkan verir.

3. Müqavilənin tərəflərinə onların hüquq və öhdəliklərini birmənalı başa düşmələri üçün şərait yaradır.

4. Beynəlxalq ticarətə münasibətdə qeyri-bərabər diskriminasiyanın ləğvində əhəmiyyətli rol oynayan, güclü tərəfin zəif tərəfə özünə əlverişli müqavilə şərtlərinin diktə edilməsi imkanlarını aradan götürür.

5. Müqavilə üzrə alıcı vəsaitinin əsas öhdəliklərini müəyyən edir.

6. Konvensiyada iştirak etməyən dövlətlərə məxsus müqavilə tərəfdaşları arasında mübahisələrin meydana çıxması zamanı müqavilənin subyektləri (tərəfləri) və obyektləri (müqavilənin predmeti) üzrə olan münasibətləri tənzimləyir.

7. Konvensiyanın tətbiq sahəsinə aid olmayan alqı-satqı müqavilələrinin obyektlərinin siyahısını və əlamətlərini müəyyən edir.

Beləliklə, Vyana Konvensiyası bərabərlik əsasında beynəlxalq ticarətin inkişafına şərait yaradaraq, dövlətlər arasında dostluq münasibətlərinin yaranmasının vacib faktoru kimi çıxış edir.

2.3. Beynəlxalq ticarət siyasəti, onun əsas forma və vasitələri

Beynəlxalq kommersiya fəaliyyəti beynəlxalq ticarət siyasəti ilə sıx bağlıdır. Xarici iqtisadi siyasət (XİS) dedikdə, dövlətin beynəlxalq ticarətin iqtisadi əlaqələr sistemi sahəsində qarşıya qoyduğu məqsədlərinin həyata keçirilməsinə yönəldilmiş hökumət fəaliyyətinin məcmusu nəzərdə tutulur. Geniş mənada XİS dedikdə xarici

ticarət və istehsal amilləri axınının istiqaməti, tərkibi və həcminə təsir göstərmək üçün hökumətin hər növ fəaliyyətinin məcmusu başa düşülür. XİS həyata keçirilən ümumi iqtisadi siyasətin tərkib hissəsidir və ölkədəki bütün iqtisadi fəaliyyətlə (milli pul, maliyyə siyasəti, məşğulluq və s.) sıx bağlıdır.

XİS aşağıdakı əsas istiqamətlərdə həyata keçirilir:

1. Xarici ticarət siyasəti;
2. Ödəniş balansı siyasəti;
3. Xarici investisiya siyasəti;
4. Xarici yardım siyasəti;
5. Beynəlxalq iqtisadi təşkilatlarla əməkdaşlıq siyasəti.

Xarici ticarət siyasəti (XTS) XİS-in aparıcı sahələrindən biri olmaqla ölkənin xarici ticarətinin nizamlanmasına yönəldilmiş tədbirlər sisteminin məcmusudur. O, geniş mənada maliyyə mənbələri yaradılması və istifadə olunmasına xidmət edir. XTS anlayışı altında dövlətin müxtəlif vasitələrdən istifadə etməklə, digər ölkələrlə ticarət münasibətlərinə məqsədyönlü təsiri başa düşülür.

Ölkənin bu və ya digər formada xarici siyasəti seçməkdə müəyyən məqsədləri olur ki, onları da ümumi şəkildə aşağıdakı kimi formalaşdırmaq olar:

1. Xarici rəqabətdən müdafiə. Ölkələr xarici istehsalçılarla rəqabət qabiliyyətində olmayan yerli sənayeləri müdafiə üçün idxalı məhdudlaşdırma bilərlər.

2. İqtisadi artımın təmin edilməsi. Ölkələr xarici ticarət siyasətindən iqtisadi artımın bir vasitəsi kimi istifadə etməyə çalışırlar.

3. Bazar çatışmazlıqlarının aradan qaldırılması. Xarici ticarət daxili bazarın strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün geniş şəkildə istifadə edilir.

4. Daxili iqtisadi sabitliyin təmin edilməsi. Xarici ticarət

siyasəti işsizlik və inflyasiya kimi mənfi meyllərin aradan qaldırılması üçün istifadə olunur.

5. Dövlət büdcəsinin gəlirlə təmin edilməsi. Bəzən idxala və ixraca tətbiq edilən çoxsaylı vergilər dövlət büdcəsinin gəlirlər hissəsində əhəmiyyətli paya malik olur.

6. Xarici bazarlarda inhisar mövqeyinin təmin edilməsi. Bəzən XTC-in məqsədli dünya bazarlarında inhisar mövqə əldə etmək olur.

7. Sosial və siyasi səbəblər. XTS-dən ətraf mühitin qorunması, ölkə əhalisinin sağlamlığının və ümumilikdə genofondun müdafiəsi vasitəsi kimi istifadə edilə bilər.

8. Xarici siyasət məqsədləri. XTS ümumilikdə XİS-in tərkib hissəsi olduğundan birbaşa olaraq onun da məqsədlərinə xidmət edə bilər.

Beynəlxalq ticarətdə ziddiyyətlərin yaranması səbəbləri və xüsusiyyətləri XTS-in əsas formaları ilə sıx bağlıdır. Ölkənin beynəlxalq ticarətə müdaxilə etməsinin həcmindən asılı olaraq **azad ticarət siyasəti** və **proteksionist ticarət siyasəti** fərqləndirilir və bu iki istiqamət XTS-in formalarını təşkil edir. Beləliklə, XTS-in əsas formaları aşağıdakılardır:

1. Azad ticarət – ticarətin liberallaşdırılması;

2. Proteksionizm – himayədarlıq siyasəti.

Azad ticarət siyasəti zamanı dövlət xarici ticarətə minimum müdaxilə siyasəti yeridir və xarici ticarət azad bazar qüvvələri, tələb və təklif əsasında inkişaf edir.

Müasir beynəlxalq ticarətdə gedən proseslər göstərir ki, azad ticarət **-liberallaşdırma** onun əsas ənənəsi olmaqda davam edir. Buna səbəb milli iqtisadiyyatın artan açıqlığı, gömrük rüsumlarının azalması, bir çox kvota, məhdudiyyətlərin ləğvi, dünya bazarında rəqabət mübarizəsinin kəskinləşməsidir. Beynəlxalq ticarətin

liberallaşdırılmasının qlobal xarakteri müasir şəraitdə rəqabətin beynəlxalq xarakteri ilə müəyyənleşir. Dünya bazarlarında uğurlar daha çox xarici investisiyanın cəlb edilməsilə bağlıdır. Bunun üçün bir çox ölkələr xarici investorlar üçün güzəştli ticarət – investisiya mühiti yaradır.

Liberallaşdırmanın danışıqlar və qarşılıqlı güzəştlər yolu ilə həyata keçirilməsi səmərəli, məqsədli, ikitərəfli fəaliyyətə böyük şərait yaradır. Ticarətin liberallaşdırılması özündə aşağıdakıları birləşdirir:

1. Daxili qiymətlərin dünya qiymətlərinə yaxınlaşdırılması;
2. Qeyri-tarif məhdudiyyətlərinin zəifləməsi;
3. Vahid tarif dərəcələrinin qəbulu və onların aşağı salınması;
4. Milli valyuta məzənnəsinin aşağı salınması və onun resurslarının normalaşdırılmasından imtina;
5. Daxili bazarın proteksionist müdafiəsinin ləğvi və s.

Beynəlxalq ticarətdə liberallaşdırmanın çoxtərəfli prosesi ilə yanaşı, bu prosesin əksinə təsir göstərən **proteksionizm** fəaliyyət göstərir. Bu ənənə isə özlüyündə dərin iqtisadi siyasi maraqların mövcudluğu, hər cür yolla yerli istehsalın müdafiə edilməsi cəhdləri, iş yerlərinin saxlanması, milli məhsul və sahələrin rəqabət qabiliyyətini qorumaq məqsədləri ilə bağlıdır.

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, hər iki istiqamət (azad ticarət və proteksionizm) beynəlxalq ticarətin daxili xüsusiyyətləridir. Bu iki ənənə aralarındakı ziddiyyətlərin həll edilməsində başlıca problem – onların bir-birinə səmərəli uyğunlaşdırılması mexanizminin tapılmasındadır.

Proteksionizm meyllərinin inkişafı, onun aşağıdakı formalarını və ya növlərini fərqləndirməyə imkan verir.

1. **Selektiv proteksionizm** – bu zaman siyasət ayrıca götürülmüş bir ölkəyə, yaxud əmtəələrə qarşı istiqamətlənir.

2. **Sahə proteksionizmi** – bu halda müəyyən bir sahənin xarici rəqabətdən mühafizəsi siyasəti həyata keçirilir. Məsələn: aqrar proteksionizmi.

3. **Kollektiv proteksionizm** – ölkələr birliyi tərəfindən bu birliyə daxil olmayan ölkəyə istiqamətlənən siyasət başa düşülür.

4. **Gizli proteksionizm** – daxili iqtisadi siyasət metodlarından istifadə etməklə həyata keçirilən siyasət nəzərdə tutulur.

XİS-in həyata keçirilməsi, xarici ticarətin tənzimlənməsini zəruri edir (şəkil 2.1).

Xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsinin vasitələri və ya metodları öz xarakterinə görə **tarif vasitələrinə** (gömrük tariflərinin istifadə olunmasına əsaslanır) və **qeyri-tarif vasitələrinə** (bütün digər metodları özündə cəmləşdirir: kəmiyyət vasitələri, gizli proteksionizm metodları və maliyyə alətləri) bölünür. Beləliklə, xarici ticarət siyasətinin əsas vasitə və ya metodlarının təsnifatı aşağıdakı kimidir:

1. Tarif metodları – ticarət siyasətinin vasitələri olan:

a) gömrük rüsumları və

b) tarif kvotasını əhatə etməklə, əsasən idxalı tənzimləmək məqsədini həyata keçirir.

2. Qeyri-tarif metodları. O, üç bölmədən ibarətdir:

a) miqdar-kəmiyyət qeyri-tarif metodları – ticarət siyasətinin vasitəsi olan kvota, lisenziya və “kənüllü məhdudlaşdırma” ilə həyata keçirilir, kvota idxalı, lisenziya həm **ixracı**, həm də **idxalı**, “kənüllü məhdudlaşdırma” isə yalnız **ixracı** tənzimləyir,

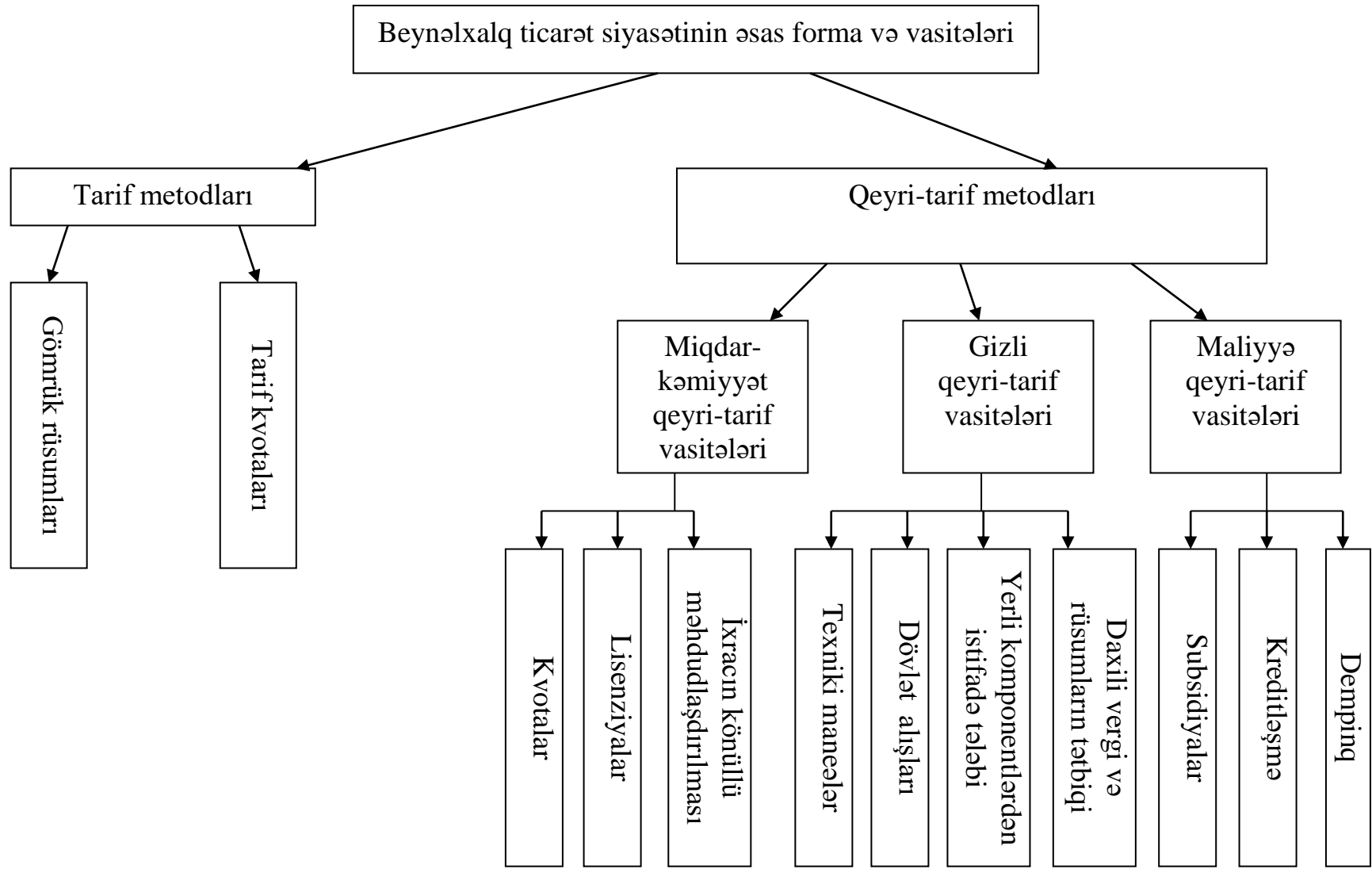
b) **Gizli qeyri-tarif metodları** – ticarət siyasətinin vasitəsi olan:

- dövlət alışları;

- yerli komponentlərin tərkibi və onlardan istifadə barəsində tələb;

- texniki maneələr;

- daxili vergi və rüsumlar ilə yalnız idxal əməliyyatları



Şəkil 2.1. Beynəlxalq ticarət siyasətinin metod və vasitələri.

tənzimlənilir.

c) **Maliyyə qeyri-tarif metodları** – ticarət siyasətinin vasitələri olan: subsidiya, kreditləşmə, dempinq ilə yalnız ixrac əməliyyatları tənzimlənilir.

2.4. Beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsinin tarif-gömrük, qeyri-tarif metodları və siyasi vasitələri

Xarici ticarət siyasətinin gömrük-tarif vasitələri. Xarici ticarətin tarif tənzimlənməsinin əsas hissəsini **gömrük tarifləri** təşkil edir ki, bu da gömrük tarifinin müxtəlif cür tətbiq edilməsində öz əksini tapır. Məzmunundan asılı olaraq gömrük tarifləri aşağıdakı kimi təyin olunur:

– Dünya bazarı ilə qarşılıqlı əlaqədə ölkənin ticarət siyasətinin və daxili bazarın dövlət tənzimlənməsinin alətidir;

– Xarici iqtisadi fəaliyyətin əmtəə nomenklaturasına uyğun olaraq sistemləşdirilmiş və gömrük sərhədindən keçirilən əmtəələrə tətbiq olunan gömrük rüsumları dərəcələrinin məcmusudur;

– Ölkənin gömrük sərhədinə gətirilən və oradan aparılan müəyyən əmtəələrə tətbiq edilən və ödənilən gömrük rüsumlarının xüsusi dərəcəsidir, bu halda gömrük tarifi anlayışı gömrük rüsumu anlayışı ilə üst-üstə düşür.

Əmtəələr xüsusi gömrük rejiminə uyğun olaraq ölkənin gömrük sərhədini keçirlər. **Gömrük rejimi** - əmtəələrin gömrük sərhədini keçərkən onların statusunu müəyyən edən şərtlərin və qaydaların məcmusu olan xüsusi rejimdir.

İstənilən ölkənin **gömrük tarifləri** sərhəddən keçən və gətirilən və ya idxal, ixrac olunan əmtəələrdən gömrük orqanları vasitəsilə yığılan məcburi ödənişlərdir. Gömrük tarifləri aşağıdakı 3 funksiyanı yerinə yetirir:

1. **Fiskal** – bu funksiya vasitəsilə gömrük tarifləri dövlət büdcəsinin əsas gəlir mənbələrindən biri olmaqla, idxal və ixrac rüsumlarını təşkil edir;

2. **Proteksionist (müdafiə)** funksiyası – bu funksiyada gömrük tarifləri idxal rüsumlarını əhatə edir və o, daxili istehsalçıların arzu olunmayan xarici rəqabətdən qorunması məqsədini həyata keçirir;

3. **Balanslaşdırma** – bu funksiyada gömrük tarifləri ixrac rüsumlarını əhatə edir və onlar, hər hansı səbəbdənsə ixrac məhsullarının daxili tənzimlənən qiymətlərinin dünya qiymətlərindən fərqli olduğu hallarda tətbiq edilir.

Bir çox ölkələrin tariflərinin strukturu hazır məhsulun milli istehsalçıları qorusa da, xammal və yarımfabrikat idxalına elə də maneçilik törətmir. Buna tarif eskalasiyasının köməyi ilə nail olunur. **Tarif eskalasiyası** dedikdə əmtəələrin emal səviyyəsi artdıqca onlara tətbiq edilən gömrük vergi dərəcələrinin səviyyəsinin artımı başa düşülür. Xammaldan hazır məhsula tərəf hərəkət etdikcə, rüsum dərəcələrinə qədər çox yüksəlmə hazır məhsul istehsalçıları xarici rəqabətdən müdafiə səviyyəsinin bir o qədər yüksəlməsinə şərait yaradır.

Tarif dərəcəsi o qədər yüksək ola bilər ki, idxalı tamamilə dayandıra və bu ölkəyə ixracı xarici istehsalçılar üçün faydasız edə bilər, buna görə də ortaya tarifi optimal səviyyəsinin müəyyən edilməsi məsələsi çıxır. **Tarifi optimal dərəcəsi** dedikdə isə, adətən, milli iqtisadi rifahın maksimum səviyyəsini təmin edən tarif səviyyəsi başa düşülür.

İdxal tarifi özündə daxili bir ziddiyyət daşıyır. Bu ziddiyyət özünü yerli istehsalçı və istehlakçıların maraqlarının üst-üstə düşməməsində göstərir. Bir tərəfdən istehsalçılar tarifi tətbiq edilməsində maraqlıdırlar. Bu onlara arzuolunmaz beynəlxalq rəqabətdən qorunmağa imkan verir. Digər tərəfdən işdən kənar müddətdə istehlakçı

kimi çıxış edən həmin istehsalçılar idxal tarifində maraqlı deyillər. Çünki idxal tarifi daha aşağı qiymətlə idxal əmtəəsini əldə etmək imkanını məhdudlaşdırır. Bu ziddiyyət müəyyən mənada gömrük siyasətinin tarif kvotası adlandırılan aləti ilə aradan qaldırılır. **Tarif kvotası** dedikdə dərəcələri idxalın həcmindən asılı olan dəyişkən gömrük rüsumlarının müxtəlifliyi başa düşülür: müəyyən edilmiş kəmiyyət çərçivəsində həyata keçirilən idxal zamanı ona baza tarif dərəcəsi, əksinə, idxalın həcmi müəyyən edilmiş səviyyəni keçdikcə ona münasibətdə daha yüksək tarif dərəcəsi tətbiq edilir. Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, gömrük rüsumlarının bir növü ixrac rüsumlarıdır. **İxrac rüsumları** ixrac əmtəələrinə münasibətdə tətbiq edilir və əksər inkişaf etmiş ölkələrdə mövcud deyildir. Hətta, onun tətbiqinə ABŞ-da konstitusiya ilə qadağa qoyulub. İxrac tarifi əsasən inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatlı ölkələr tərəfindən tətbiq edilir və ənənəvi ixrac əmtəələrinə aid olur (Braziliyada kofe, Rusiyada neft və s.).

Gömrük tariflərinin aşağıdakı təsnifləri vardır:

1. Alınma üsuluna görə:

a) advalor - əmtəənin gömrük dəyərinə faizlə hesablanan rüsumdur (məs: - əmtəənin gömrük dəyərinin 15%-i);

b) spesifik - əmtəənin vahid dəyərinə hesablanır (məs: 1 qr. əmtəəyə görə 10\$);

c) qarışıq – kombinə edilmiş gömrük rüsumları yuxarıdakı hər iki növdən istifadə etməklə alınan rüsumlardır.

2. Tətbiq olunma obyektinə görə:

a) idxal rüsumları – ölkəyə idxal olunan əmtəəyə tətbiq olunur;

b) ixrac rüsumları - ixrac olunan əmtəəyə tətbiq olunur (ixrac və dünya qiymətləri arasında fərq olduqda);

c) tranzit rüsumları – verilən ölkənin ərazisindən tranzit kimi daşınan əmtəələrə tətbiq olunur.

3. Xarakterinə görə:

a) mövsümi – məsələn, kənd təsərrüfatı məhsullarına tətbiq olunur;

b) antidempinq - əgər əmtəə öz ölkəsindən ixrac qiymətlərindən aşağı satılan ölkəyə gətirilərsə;

c) kompensasiya – istehsalına subsidiya tətbiq olunan idxal əmtəələrinə tətbiq olunur, (əgər onlar belə məhsulların milli istehsalçılara zərər vurursa).

4. Mənşəyi və ya mənbəsinə görə:

a) avtonom – birtərəfli qaydada dövlət orqanlarının qərarı əsasında həyata keçirilir;

b) konvension – iki və çoxtərəfli danışıqlar və razılaşmalar yolu ilə (məs: ÜTT tərəfindən gömrük ittifaqı haqqında razılaşmalar) tətbiq olunan tariflərdir;

c) preferensial – inkişaf etməkdə olan ölkələrdən gətirilən məhsullara və onların mövcud gömrük tarifləri ilə müqayisədə aşağı dərəcələr olduqda tətbiq olunur.

5. Dərəcəsinin tipinə görə:

a) sabit, daimi – dövlət orqanları tərəfindən müəyyən edilən tariflərdir;

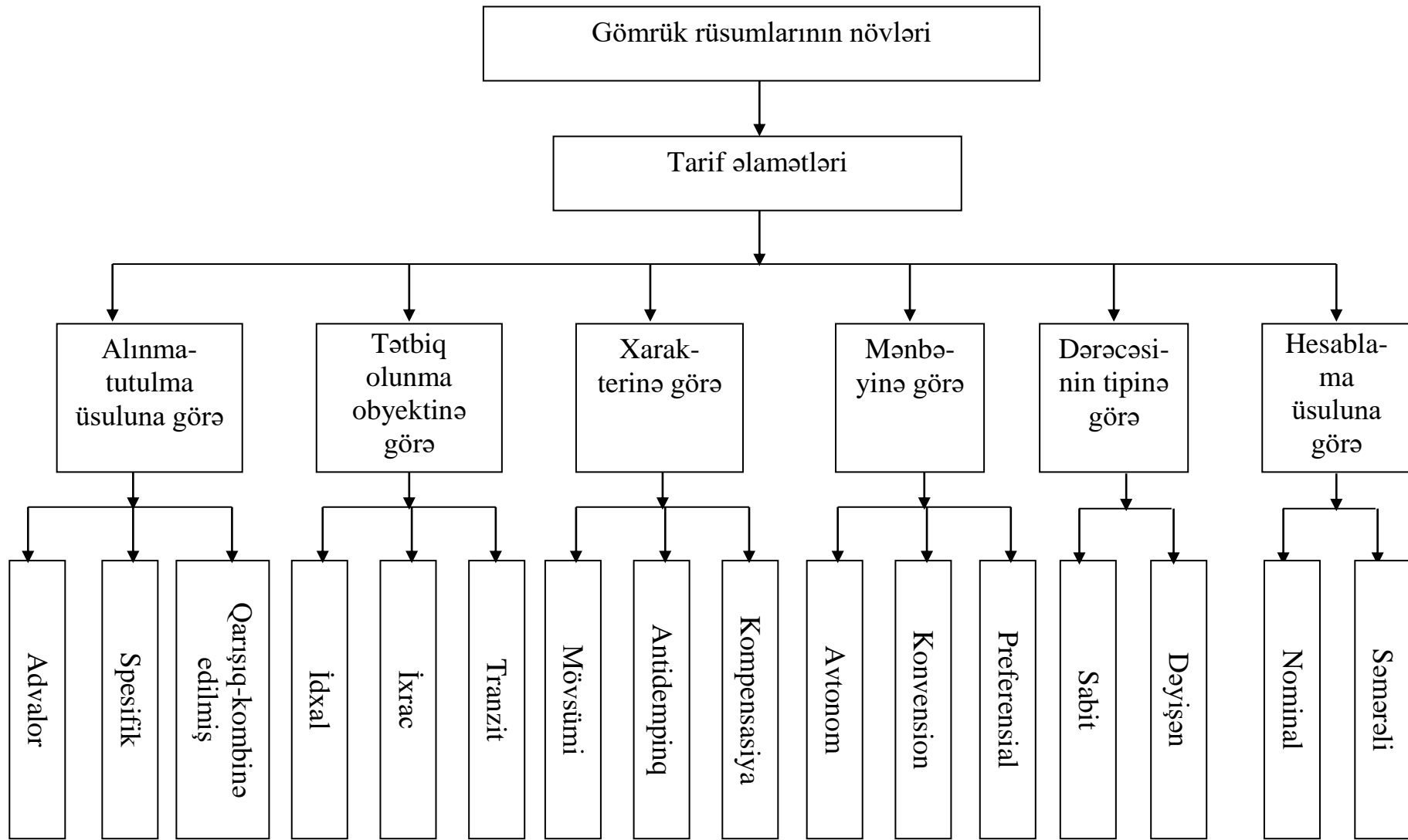
b) dəyişən – dünya qiymətlərindən asılı olaraq dəyişir.

6. Hesablama üsuluna görə:

a) nominal – gömrük tariflərində göstərilən dərəcələrdir;

b) effektiv – son məhsula hesablanan gömrük tariflərinin real səviyyəsidir. (şəkil 2.2)

Rüsumlar əmtəənin gömrük dəyərinə görə təyin olunur. Əmtəənin gömrük dəyəri – alıcı ilə satıcı arasında açıq bazarda formalaşan, gömrük bəyannamələrinə təqdim edilən anda təyin olunmuş ölkədə əmtəənin satıldığı qiymətdir. Bunun üçün



Şəkil 2.2. Gömrük rüsumlarının təsnifləşdirici əlamətlərə görə növləri

beynəlxalq əmtəə nomenklaturasından istifadə olunur. Bunlardan dünyada ən geniş yayılanı 1988-ci ildə qüvvəyə minmiş “Malların kodlaşdırılması və təsvirinin harmoniyalaşdırılmış sistemi” və BMT-nin Standart Beynəlxalq Təsnifləşdiricisidir. Əmtəənin gömrük dəyəri sövdələşmə əsasında xərclər daxil edilmiş faktiki ödənilən və ya ödənilmək üçün təqdim edilən qiymətlərə əsasən təyin olunur. Bu dəyər bir neçə metodlarla hesablanır (əmtəə sövdələşməsinə uyğun əmtəənin qiyməti, eyni tipli əmtəə qiymətlərinə görə), ən geniş yayılan metod - əmtəənin sövdələşmə qiymətinə görə olan metoddur.

Tariflərin müsbət və mənfi cəhətlərini (və ya tarifi lehinə və ya əleyhinə olan arqumentləri) aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

1. Tariflərin müsbət arqumentlərinə (tərəfləri) aiddir:

a) gənc sahələri mühafizə edir;

b) milli istehsalı stimullaşdırır;

c) büdcə gəlirlərinin mənbəyidir;

d) milli təhlükəsizliyi, mədəniyyət və ənənələri mühafizəsi edir;

2. Tariflərin mənfi arqumentlərinə aiddir:

a) iqtisadi artımı ləngidir;

b) ticarət müharibələri yaradır;

c) məşğulluğun ümumi səviyyəsi aşağı düşür.

Beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsinin qeyri-tarif metodları.

Beynəlxalq ticarətin dövlət tənzimlənməsinin tarif metodları ilə yanaşı, hökumətlər qeyri-tarif metodlarından da (kəmiyyət, gizli və maliyyə vasitələrindən) geniş istifadə edirlər. Qeyri-tarif metodlarının əksəriyyətini tariflərdən fərqli olaraq kəmiyyət baxımından ölçmək çətin olduğundan, onları statistikada əks etdirmək mürəkkəb məsələdir. Qeyri-tarif metodlarının məhz bu xüsusiyyəti ticarət siyasətinin müəyyən edilmiş məqsədlərinə çatmaq üçün ölkələri onlardan istifadə etməyə sövq edir. Hal-hazırda dünyada 50-dən çox qeyri-tarif ticarət məhdudiyyətləri mövcuddur.

Bunlardan: ölkənin suverenliyi və iqtisadi maraqlarının təmini məqsədilə məhdudiyətlər sistemi, ayrı-ayrı əmtəə növlərinə sərhəddi keçərkən qoyulan xüsusi qaydalar, ixrac və valyuta nəzarəti, ixracatçı ölkəyə münasibətdə xüsusi qeyd rejiminin tətbiqi, ayrı-ayrı əmtəə kateqoriyasının xüsusi qeydi və s.- ni göstərmək olar. Bu metodlardan daha çox inkişaf etmiş ölkələr istifadə edir.

Beləliklə, beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsinin **qeyri-tarif metodları** aşağıdakı bölmələrə ayrılır:

1. Miqdar-kəmiyyət məhdudiyətləri metodları;
2. Gizli metodlar;
3. Maliyyə metodları.

Qeyri-tarif metodlarının ən geniş yayılmış növü miqdar və ya kəmiyyət məhdudiyətləridir.

Miqdar-kəmiyyət məhdudiyətləri – ticarət dövriyyəsinin qeyri-tarif dövlət tənzimlənməsinin inzibati forması olmaqla, idxalına və ixracına icazəsi olan əmtəələrin miqdarını və nomenklaturasını müəyyən edir.

Miqdar məhdudiyətli qeyri-tarif metodlarına aiddir:

1. Kvota-idxal və ixrac əməliyyatlarının miqdar məhdudiyətini nəzərdə tutur.
2. Lisenziya-dövlət tərəfindən xarici iqtisadi fəaliyyətə verilən icazədir.
3. İxracın “kənüllü məhdudlaşdırılması”.

Kəmiyyət məhdudiyətlərinin ən geniş yayılmış forması kvota hesab edilir.

Kvota - ölkəyə gətirilən – icazə verilən (idxal kvotası) və ya ölkədən aparılan (ixrac kvotası) məhsulların miqdarına və ya dəyərinə tətbiq edilən məhdudiyətlərdir. İstiqamətinə görə kvota: idxal və ixrac kvotalarına aiddir.

Xarici ticarətin kvotalaşdırılması, adətən, onun lisenziyalaşdırılması yolu ilə həyata keçirilir.

Kvotanın gömrük tariflərindən üstün cəhətləri aşağıdakılardır:

1.Kvota idxalı müəyyən həddi keçməməyə imkan verir, bununla da xarici rəqabətçiləri qiymətləri aşağı salmaqla bazarı genişləndirmək imkanından məhrum edir, gömrük tarifinin isə buna imkanı yoxdur.

2.Kvota iqtisadi siyasətin çox mütəhərrik və operativ alətidir, çünki gömrük tariflərinin dəyişməsi, adətən, ya milli qanunvericiliklə, ya da beynəlxalq razılaşdırılmalarla dəyişdirilə bilər.

3.Kvota xarici iqtisadi siyasəti məqsədyönlü edir, çünki lisenziya vasitəsilə dövlət konkret müəssisəni qoruya bilər.

İxrac kvotası ya milli-hökumət, ya da beynəlxalq razılaşmalarla müəyyənləşir, **idxal kvotası** isə yalnız milli hökumət tərəfindən daxili istehsalçıları qorumaq məqsədilə həyata keçirilir. Daha doğrusu, ixrac kvotası ya müəyyən əmtəə üzrə ümumi ixracda hər bir ölkənin payını müəyyən edən beynəlxalq sazişlərə uyğun olaraq (məsələn, OPEK ölkələrindən neft ixracı), ya da daxili bazarda çatışmayan əmtəələrin ixracınının qabağını almaq məqsədilə ölkə hökumətləri tərəfindən tətbiq edilir. İdxal kvotaları milli hökumətlər tərəfindən yerli istehsalçıları müdafiə etmək, ticarət balansının tarazlığına nail olmaq, daxili bazarda tələb və təklifi tənzimləmək, həmçinin digər ölkələrin ayrı-seçkilik tədbirlərinə cavab məqsədilə tətbiq edilir.

Öz əhatəsinə görə kvotalar: qlobal və fərdi kvotalara bölünür. **Qlobal kvotalar** müəyyən müddət ərzində müəyyən əmtəənin idxalına və ixracına (həmin əmtəənin hansı ölkəyə idxal və ya ixrac edilməsindən asılı olmayaraq) münasibətdə tətbiq edilir. Bu cür kvotaların tətbiq edilməsindən məqsəd daxili istehlakın lazımı

səviyyəsinin təmin edilməsidir. Qlobal kvotaların həcmi daxili istehsalla əmtənin daxili istehlakı arasında olan fərq kimi hesablanır.

Fərdi kvotalar qlobal kvotalar çərçivəsində müəyyən edilməklə, əmtəni idxal və ya ixrac edən hər bir ölkə üzrə kvotanın həcmi göstərir. Bu cür kvotalar, adətən ikitərəfli sazişlər əsasında tətbiq edilir. Onlar siyasi, iqtisadi və digər maraqlar üzrə sıx əlaqələr qurulmuş ölkələrə əmtəə idxalı və ya ixracında əsas üstünlüyü əldə etməyə imkan verir. Fərdi kvotalar, adətən, mövsümi olurlar, yəni daxili bazarın dövlət müdafiəsinə daha kəskin ehtiyac duyulduğu müəyyən müddət ərzində tətbiq edirlər.

XİF-in tənzimlənməsinin digər növü olan lisenziya (və ya lisenziyalaşdırma) da geniş tətbiq edilir. **Lisenziya** ümumi halda verilən kvota həddində əmtəələrin idxalı və ixracına verilən hüququ bir sənəddir. **Lisenziyalaşdırma** dedikdə dövlət orqanları tərəfindən müəyyən müddətə verilən və müəyyən edilmiş kəmiyyətlərdə əmtəə ixracını və ya idxalını nəzərdə tutan ticarət vasitəsilə XİF-in tənzimlənməsi nəzərdə tutulur. Lisenziyalaşdırma kvotalaşdırma prosesinin tərkib hissəsi kimi də çıxış edə bilər və bu halda onun iqtisadi məzmunu kvotalaşdırma ilə eyni olacaqdır. Qeyd edilən halda lisenziya sadəcə olaraq kvota əsasında əmtənin gətirilməsinə və ya aparılmasına icazə verən sənəd kimi çıxış edir. Bununla belə, lisenziyalar XİF-in tənzimlənməsinin müstəqil aləti kimi də çıxış edirlər. Bu halda lisenziyanın aşağıdakı növlərini fərqləndirmək lazımdır:

1. **Birdəfəlik lisenziya** - hökumət tərəfindən konkret firmaya hər hansı bir xarici ticarət sövdələşməsinin (əməliyyatının) bir il müddətində həyata keçirilməsi üçün verilmiş yazılı icazədir.

2. **Baş lisenziya** - bir il müddətində bu və ya digər əmtəənin ixracı və ya idxalı əməliyyatlarının (sövdələşmələrinin) miqdarına məhdudiyət qoyulmadan verilən icazədir.

3. **Qlobal lisenziya** – dünyanın istənilən ölkəsinə müəyyən dövr üçün kəmiyyət və ya dəyər məhdudiyəti olmadan əmtəənin idxalı və ya ixracı üçün verilən icazədir.

4. **Avtomatik lisenziya** – ixracatçı və idxalçı tərəfindən müraciət edildikdən sonra dövlət orqanı tərəfindən yubanmadan (dərhal) verilən icazədir.

Lisenziyalaşdırma dünyanın əksər ölkələri, xüsusilə də İEOÖ tərəfindən idxalın dövlət tənzimlənməsi məqsədləri üçün geniş şəkildə istifadə edilir. İEO isə lisenziyalaşdırmadan, adətən, kvotanı təsdiq edən sənəd kimi istifadə edirlər.

XX əsrin 70-ci illərindən başlayaraq beynəlxalq iqtisadi təşkilatların proteksionizm meyli və onun həyata keçirilməsinin əsas vasitələrilə ciddi surətdə mübarizəyə başlamaları, ölkələri proteksionizm siyasətinin alətlərini genişləndirməyə və yeni vasitələrdən istifadə etməyə sövq etdi ki, bu proses də iqtisadi mənbələrdə **neoproteksionizm meyli** adlanır. Beynəlxalq ticarət siyasətinin bundan sonra baxılacaq vasitələri neoproteksionizm meylinin təsiri altında meydana gəlmişdir. Neoproteksionizm meyli ilk dəfə olaraq özünü ixracın “könüllü məhdudlaşdırılması” adlanan tədbirlərin həyata keçirilməsində özünü göstərdi.

İxracın könüllü məhdudlaşdırılması zamanı kvotanı, yəni məhdudiyəti idxalçı ölkə deyil, ixracatçı ölkənin özü müəyyənləşdirir. Beləliklə, **ixracın könüllü məhdudlaşdırılması** dedikdə ticarət tərəfdaşlarından birinin əmtəənin ixracına kvota qoyulması haqqında rəsmi və ya qeyri-rəsmi saziş əsasında ixracın həcmi məhdudlaşdırmaq və ən azı genişləndirməmək üzrə götürdüyü öhdəlik başa düşülür.

Qeyri-tarif metodları sırasında kəmiyyət məhdudiyətləri ilə yanaşı proteksionizmin gizli metodlarını da göstərmək olar. **Gizli metodlar** qeyri-tarif metodlarından biri olmaqla (çox vaxt onu **gizli proteksionizm** də adlandırırlar), onların köməyi ilə dövlətlər birtərəfli qaydada idxalı və ixracı məhdudlaşdırırlar ki, bu da beynəlxalq ticarətin razılaşdırılmış prinsiplərinin pozulması deməkdir. Onların əsas növləri aşağıdakılardır:

1. **Texniki maneələr** – xarici ticarət siyasətinin gizli metodu olmaqla milli, texniki, inzibati və digər norma və qaydalarla xaricdən əmtəənin idxalının məhdudlaşdırılmasına yönəldilir.

2. **Daxili vergilər və rüsumların tətbiqi** - idxal əmtəəsinin daxili qiymətini artırmağa və bununla da onun daxili bazarda rəqabət qabiliyyətini aşağı salmağa yönəldilmiş XTS-in gizli metodudur. Daha çox idxal əmtəələrinə tətbiq edilən vergilər müxtəlifdir, onlar birbaşa (əlavə dəyər vergisi, aksiz vergisi, satış vergisi və s.) və ya dolayı (gömrük rəsmiləşdirilməsinə, qeydiyyatata və digər formallıqların yerinə yetirilməsinə görə yığımlar, liman-port yığımları və s.) olurlar.

3. **Dövlət alışları çərçivəsində siyasət** – dövlət orqanları və müəssisələri tərəfindən müəyyən əmtəələri yalnız yerli istehsalçılardan almağı tələb edən XTS-in gizli metodudur. Bu zaman həmin əmtəələrin idxal əmtəəsindən baha ola biləcəyi heç bir rol oynamır. Adətən bu cür siyasət milli təhlükəsizliyin qorunması zəruriliyi ilə izah olunur.

4. **Yerli komponentlərdən istifadə tələbi** – son məhsulun daxili bazarda satılması nəzərdə tutulduğu halda, həmin əmtəənin milli istehsalçılar tərəfindən istehsal olunmalı olan payını (tərkib hissəsini) qanunvericilikdə müəyyən edən ticarət siyasətinin gizli metodudur.

Maliyyə qeyri-tarif metodları – xarici ticarətin qeyri-tarif tənzimləmə metodu olmaqla aşağıdakı növlərə ayrılır:

- a) Subsidiyalar;
- b) kreditləşmə;
- c) dempinq.

Daxili bazarı idxaldan qoruyan beynəlxalq ticarətin kəmiyyət və gizli metodları ilə yanaşı, beynəlxalq ticarət praktikasında ixracın genişləndirilməsi metodlarından da geniş surətdə istifadə edilir. İxracın maliyyələşdirilməsini ixrac-idxal əməliyyatlarının adi kreditləşdirilməsi və müəyyənləşdirilməsindən fərqləndirmək lazımdır. Hökumət milli istehsalçıların ixracını stimullaşdırmağı zəruri saydığı halda onlara bu və ya digər formada büdcədən subsidiyalar təqdim edir. **Subsidiya** milli istehsalçıların dəstəklənməsinə və idxalın dolayı diskriminasiyasına yönəldilmiş pul ödənişidir.

Ödəmə xarakterinə görə subsidiyalar aşağıdakı növlərə bölünür:

– **Birbaşa subsidiyalar.** Bu zaman həyata keçirilən ixrac əməliyyatından sonra ixracatçının əldə etdiyi gəlirlə çəkdiyi xərclər arasındakı fərqin məbləği birbaşa surətdə onun özünə ödənilir. Birbaşa subsidiyalara istehsalçıya xarici bazara çıxdığı zaman verilən dotasiya kimi də baxmaq olar. Lakin, birbaşa subsidiyalara beynəlxalq ticarət praktikasında yaxşı baxılmır və onun tətbiqi ticarət tərəfdaşları tərəfindən cavab tədbirləri ilə nəticələnmə bilər.

– **Dolayı subsidiyalar.** Bu, vergi ödəməsi üzrə güzəştlərin, sığorta güzəştlərinin, bazar faizlərindən aşağı dərəcələrlə borcların verilməsi, idxal rüsumlarının geri qaytarılması və s. vasitəsilə ixracatçıların gizli surətdə dotasiyalaşdırılmasını nəzərdə tuturlar.

Subsidiyalar həm də idxalla rəqabət aparan əmtəə istehsalçılarına, həm də ixrac üçün nəzərdə tutulan əmtəə istehsalçılarına verilə bilər. Subsidiyalar hər iki halda istehsalçılar üçün mənfi

xarakterli vergidir, çünki subsidiyalar onların gəlirlərindən çıxılmır və dövlət tərəfindən ödənilir.

– **Daxili subsidiya** ticarət siyasətinin ən gizli maliyyə metodu olmaqla idxalın məhdudlaşdırılmasına yönəldilir. Bu zaman ölkə daxilində istehsal edilən və idxal əmtəələri ilə rəqabətdə olan məhsulların istehsalı büdcə vasitəsilə maliyyələşdirilir.

– **İxrac subsidiyası** ticarət siyasətinin qeyri-tarif maliyyə metodu olmaqla milli ixracatçılara büdcə ödəmələrini nəzərdə tutur. Bu xarici alıcılara əmtəəni daxili bazarda mövcud olan qiymətlərdən daha ucuz qiymətlərlə satmağa imkan verir və bununla da ixrac stimullaşdırılır.

– **İxrac kreditləşdirilməsi** xarici ticarət siyasətinin qeyri-tarif maliyyə metodu olmaqla dövlət tərəfindən milli şirkətlərin ixracının inkişafının maliyyə stimullaşdırılmasını nəzərdə tutur. İxrac kreditləşdirilməsinin aşağıdakı formaları vardır:

– **milli ixracatçılara subsidiyalaşdırılmış kreditlərin verilməsi** – dövlət bankları və ya agentlikləri tərəfindən bazar faizlərindən aşağı dərəcədə kreditlərin verilməsi;

– **xarici idxalatçılara dövlət kreditlərinin verilməsi** – bu zaman idxalatçı ölkə kredit hesabına yalnız krediti verən ölkənin şirkətlərinin əmtəələrini satın alacağı barədə öhdəlik götürür (bu cür kreditlərə bəzən “bağlanmış” kredit də deyirlər);

– **milli ixracatçıların ixrac risklərinin sığortalanması** – bu cür risklərə kommersiya riskləri (idxalçının ödəmə qabiliyyətini itirməsi) və siyasi risklər (idxalçı ölkənin hökumətinin gözlənilməz tədbirləri) aiddir.

Müddətinə görə ixrac kreditləri üç cür olur:

– **qısamüddətli** - bir il müddətinə verilir və istehlak əmtəələrinin və xammalın ixracının kreditləşdirilməsi üçün istifadə edilir;

– **ortamüddətli** – bir ildən 5 il müddətinə qədər verilir və maşın və avadanlıqların ixracının kreditləşdirilməsi üçün istifadə edilir;

– **uzunmüddətli** - 5 ildən artıq müddətə verilir və iri investisiya layihələrinin ixracının kreditləşdirilməsi üçün istifadə edilir;

Dempinq – ticarət siyasətinin maliyyə qeyri-tarif metodu olaraq ixrac qiymətlərinin normal qiymətlərdən aşağı səviyyəyə salınması yolu ilə əmtəələrin xarici bazarlara ixracının dəstəklənməsini nəzərdə tutur. Dempinq həm xarici bazarı tutmağa çalışan ayrı-ayrı firmaların resursları hesabına, həm də ixracatçılara dövlət subsidiyalarının verilməsi hesabına həyata keçirilə bilər. Dempinqin növləri aşağıdakılardır:

a) epizodik dempinq – artıq əmtəələrin epizodik satışı aşağı qiymətlərlə həyata keçirilir;

b) planlaşdırılan dempinq;

c) mövsümü dempinq;

d) talançı dempinq;

e) daimi dempinq;

f) əks dempinq;

g) qarşılıqlı dempinq;

h) valyuta dempinqi;

Dempinq faktının müəyyənləşdirmə metodları aşağıdakılardır:

1. Normal dəyər; 2. Üçüncü ölkələrlə qiymət səviyyəsinin müqayisəsi.

Dempinq həm beynəlxalq səviyyədə, həm də bir çox ölkələrin antidempinq qanunları ilə qadağan edilmişdir. Əksər ölkələr özünə qarşı tətbiq edilən dempinq halını aşkar etdiyi halda antidempinq rüsumları tətbiq edirlər.

Antidempinq rüsumu əmtəənin daxili və xarici bazarlarda satış qiymətlərinin fərqi həcmində müəyyən edilməklə, idxal ölkəsi tərəfindən dempinq əsasında həyata keçirilən qeyri-ədalətli qiymət

rəqabətinin mənfi nəticələrini aradan qaldırmaq məqsədilə tətbiq edilir.

2.5. İxrac-idxal əməliyyatlarının məzmunu, növləri, həyata keçirilməsi metodları, statistik uçotu və beynəlxalq tənzimlənməsi

Beynəlxalq kommersioniya fəaliyyətində ixrac-idxal əməliyyatları xüsusi yer tutur.

1. **İxrac-idxal əməliyyatları (İİƏ)** – material-maddi forması olan əmtəələrin alqı-satqısı ilə bağlı olan kommersioniya fəaliyyətidir. **İxrac əməliyyatı** dedikdə, xarici kontragentin mülkiyyətinə vermək üçün əmtəələrin xaricə aparılması və satışı ilə bağlı əməliyyatlar nəzərdə tutulur. Daha doğrusu, **ixrac əməliyyatları** ölkədə istehsal olunan, çıxarılan (hasil olunan), yaxud gömrük nəzarəti altında istehsal olunan əmtəələrin ölkədən çıxarılması və satışı ilə bağlı olan əməliyyatlardır. **İdxal əməliyyatı** dedikdə isə ölkənin daxili bazarında reallaşdırmaq üçün əmtəələrin ölkəyə gətirilməsi və satışı ilə bağlı əməliyyatlar nəzərdə tutulur.

Beynəlxalq kommersioniya təcrübəsində İİƏ dedikdə, adətən, yalnız kommersioniya əsasında, daha doğrusu, beynəlxalq ticarət sövdələşməsi, yəni əmtəələrin beynəlxalq alqı-satqısı haqqında BMT-nin 1980-ci il Vyana Konvensiyasına uyğun olaraq alqı-satqı kontraktı əsasında bağlanan və həyata keçirilən əməliyyatlar başa düşülür (belə ki, təmənnasız bağışlanmalar İİƏ-yə aid edilmir, onlar ayrıca nəzərdə tutulur).

İİƏ o vaxt təkmil – başa çatmış hesab olunur ki, əmtəə kontragentin dövlət sərhədindən buraxılsın, bundan sonra isə statistik uçot üçün lazım olan müəyyən gömrük rəsmiləşdirilməsi qaydaları həyata keçmiş olsun.

Beynəlxalq kommertiya təcrübəsində istifadə olunan aşağıdakı bir neçə anlayışları nəzərdən keçirək:

İxrac dedikdə, statistik nəzərə alınan və uçota götürülən aşağıdakı əməliyyatlar nəzərdə tutulur:

– ölkədə istehsal edilən, yetişdirilən və çıxarılan, həmçinin, əvvəldən xaricdən gətirilərək və emala məruz qalan, işlənib hazırlanmış əmtəələrin ölkədən çıxarılması və ya xarici alıcılara (ölkələrə) satışı;

– əvvəldən xaricdən gətirilmiş, gömrük nəzarəti altında emala məruz qalmış əmtəələrin ölkədən aparılması;

– **Təkrar ixrac və ya reixrac əməliyyatları:** əvvəldən gətirilmiş və ixrac ölkəsində heç bir emala məruz qalmadan əmtəələrin (beynəlxalq hərrac və birjalarda reallaşdırılan əmtəələr), o cümlədən “azad zona” ərazilərində və qeyd edilmiş gömrük anbarlarında olan əmtəələrin aparılması üzrə olan əməliyyatlardır.

Adətən, satıcı üçün malın sonrakı vəziyyəti maraqlı deyil – alıcı onu təkrar həm istehsala buraxa, həm üçüncü bir ölkəyə sata, həm də bazarda reallaşdırıla bilər. İstənilən halda satıcı üçün ixrac əməliyyatı həyata keçirilmiş hesab olunur. İxrac əməliyyatının əsas əlamətləri xarici kontragentlə müqavilənin imzalanması və malın ölkə sərhədindən çıxması hesab olunur.

Tarixən və məntiqi cəhətdən ixrac istənilən kompaniyanın fəaliyyətinin beynəlmilləşməsi yolunda nəzərdə tutulmuş, xarici bazara girmə üsulunun seçiminin ənənəvi həlli yoludur. İxrac fəaliyyətinin başlanması və inkişafına aşağıdakı motivlər səbəb ola bilər:

– biznesin ümumi gəlirliliyinin artırılması məqsəd kimi qarşıya qoyulduqda;

– daxili bazarda tələbin azalması və ya rəqabətin güclənməsi;

– əsas məqsədli bazarlara coğrafi bölgü hesabına tələbin kəskin dəyişməsinin aradan qalxması və kommertiya risklərinin aşağı

düşməsi;

– yerli şirkət brendinin xaricdə tanınması və müsbət beynəlxalq imicin qazanılması;

– xaricdən gələn kommersiya təklifləri;

– elmi tədqiqatlara çəkilməmiş xərcləri daha tez və iqtisadi cəhətdən daha səmərəli şəkildə kompensasiya etmək arzusu və s.

Təkrar ixrac əvvəlcə idxal edilmiş məhsulun əhəmiyyətli dərəcədə dəyişikliyə uğramadan digər ölkələrə ixracıdır. Hərçənd ki, qəbul edən ölkədə malın ciddi dəyişikliklərə məruz qalmamasına baxmayaraq, onun təsnifləşdirilməsini dəyişməyən əməliyyatlar - bağlanma, markalanma və s. aparıla bilər. Əgər idxal olunmuş malın təkrar emalı üzrə əlavə əməliyyatların dəyəri onun yeni ixrac qiymətinin 50%-indən çoxdursa, o zaman beynəlxalq ticarət təcrübəsinə uyğun olaraq onun satışı üzrə əməliyyatlar təkrar ixrac deyil, ixrac əməliyyatı adlanır. Konkret vəziyyətdən və məcbureddici səbəblərdən asılı olaraq təkrar ixracın aşağıdakı növləri var:

– məcburi təkrar ixrac – bu, idxal olunmuş malın daxili bazarda satıla bilinmədiyi halda baş verir.

– spekulyativ təkrar ixrac – bu, əsasən, birja əməliyyatına xasdır. Məhsulun qiymətinin gələcəkdə qalxacağını əvvəlcədən proqnoz edərək, onun sonradan baha qiymətə satmaq məqsədilə alınması ilə bağlıdır.

– texnoloji təkrar ixrac – əsasən mühəndis-tikinti kompaniyalarına, kompleks avadanlıq istehsalçılara xas ixrac əməliyyatıdır. Məzmunu ondan ibarətdir ki, onların ixrac etdiyi malın tərkib hissələrinin böyük əksəriyyətini idxal məhsulları təşkil edir.

– uçot təkrar ixrac – bu, malı öz ölkəsinə gətirmədən (azad ticarət zonalarından keçirməklə) həyata keçirilən əməliyyatlardır.

Əvvəldə qeyd edildiyi kimi, idxal dedikdə malların bir ölkədən başqa bir ölkəyə, başqa sözlə, xarici ölkələrdən idxalçının ölkəsinə

gətirilməsi başa düşülür və aşağıdakı əməliyyatlar nəzərdə tutulur, eyni zamanda onlar statistik uçota alınır:

– sənaye, tikinti, kənd təsərrüfatı və digər müəssisələr və ya ölkənin daxilində emal, habelə şəxsi istehlak üçün xarici əmtəənin istehsalçı ölkədən və ya vasitəçi ölkədən satınalma qaydası ilə verilən ölkəyə gətirilməsi;

– Azad İqtisadi Zonalar (AİZ) və ya qeyd edilmiş gömrük anbarlarından əmtəələrin gətirilməsi;

– **təkrar idxal və ya reidxal əməliyyatları**: əvvəlcədən aparılmış yerli əmtəənin (ixrac olunmuş) xaricdə - ixrac ölkəsində heç bir emala məruz qalmadan oradan gətirilməsi, (hərracda satılmayan, alıcı tərəfindən çıxdaş edilən, konsiqnasiya anbarından qaytarılan və s. əmtəələr) əməliyyatlarıdır.

– gömrük nəzarəti altında ölkəyə digər məhsulun tərkibinin emalı məqsədilə gətirilən, sonra onun hazır məhsul kimi aparılması üçün nəzərdə tutulan və emal edilən əmtəələrin gətirilməsi (məs: zeytun yağının sardilka balıq konservlərinin emalı üçün gətirilməsi).

Xarici satıcı tərəfindən alıcının ölkəsində xidmət sahəsinin yaradılması və işlədilməsi, bunun müqabilində pul köçürmələrinin ölkədən kənara çıxması da idxal adlanır. İdxal əməliyyatının vacib şərti idxalçının ödəmə qabiliyyətli olmasıdır.

İdxalçı, adətən, üç vacib məsələnin həllinə çalışır:

1) idxal olunan malın “qiymət-keyfiyyət” kriteriyası əsasında seçilməsi zamanı güzəştlərin müəyyən edilməsi;

2) riskin aşağıdakı əməliyyatlar hesabına minimuma endirilməsi;

– kontragentin etibarlılığının yoxlanılması;

– müqavilədə qoruyucu şərtlərin müəyyən edilməsi;

– müqavilənin sığortalanması;

3) Müqavilənin ölkə qanunvericiliyinə uyğunluğunun yoxlanılması.

Təkrar idxal adı altında əvvəllər ixrac olunmuş malın xaricdə təkrar emala məruz qalmadan aşağıdakı səbəblərdən:

a) zədəli, istehlak xüsusiyyətlərini itirmiş malların yenisi ilə əvəz olunması üçün geri göndərilməsi;

b) xarici firmanın iflas olması səbəbindən satılmamış malların geri qaytarılması;

c) malın ixrac üçün əvvəlcədən seçilmiş bazarda satılmaması və geri qaytarılması başa düşülür.

İİƏ-dan başqa beynəlxalq kommertiya fəaliyyətində qarşılıqlı ticarət də xüsusi rol oynayır.

Qarşılıqlı ticarət əvvəllər əmtəə tədavülünün natural formasından ibarət olan beynəlxalq ticarətin ən tanınmış növüdür. Əmtəə-pul münasibətlərinin inkişafı nəticəsində sıxışdırılan qarşılıqlı ticarət müasir şəraitdə yeni forma almış və beynəlxalq əmtəə mübadiləsində müəyyən inkişaf yolu keçmişdir. Satış probleminin kəskinləşdiyi bir şəraitdə ixracatçılar məcburdurlar ki, alıcıdan malın pul ekvivalenti əvəzinə ya şəxsi istehsalda istifadə oluna bilən, ya da bazarda satıla bilən digər mallar alsınlar.

BMT ekspertləri beynəlxalq qarşılıqlı ticarət müqaviləsinin 3 əsas növünü fərqləndirirlər:

- barter müqavilələri;
- ticarət təminatı müqavilələri;
- sənaye təminatı müqavilələri.

İqtisadi Əməkdaşlıq və Ticarət Təşkilatının mütəxəssisləri bütün beynəlxalq qarşılıqlı ticarət sazişlərini 2 kateqoriyaya ayırırlar:

- ticarət təminatı;
- sənaye təminatı.

İ.N.Qerçikova [3] hesab edir ki, qarşılıqlı razılaşmaların təsnifatı təşkilati-hüquqi və təminat prinsipi əsaslarında qurulsay, daha əlverişli olar. Bu tip yanaşmada beynəlxalq qarşılıqlı razılaşmalar 3

növə ayrılır:

- valyutasız əsaslarla mal mübadiləsi və təzminat razılaşmaları;
- kommersiya əməkdaşlığına dair saziş əsasında təzminat razılaşmaları;
- istehsal əməkdaşlığına dair saziş əsasında təzminat razılaşmaları.

İİƏ-yə həmçinin, TMK-nın baş (ana) kompaniyaları tərəfindən başqa ölkədə yerləşən öz törəmə müəssisələrinə göndərdikləri əməliyyatların dəyəri də aid edilir.

Bundan başqa ixrac və idxalın dəyərinə aşağıdakılar da aid edilir:

- kompleks avadanlıq və materialların, həmçinin texniki xidmətin dəyəri;
- lisenziya ayırmaları;
- yarmarka və sərğilərdə ticarət vasitəçiləri vasitəsilə satılan və alınan əmtəələrin dəyəri;
- gömrük sərhədindən keçən və xarici kontragentə icarəyə verilən əmtəənin dəyəri (ayrıca uçotu aparılır).

İİƏ ilə bağlı bəzi anlayışları da aydınlaşdıraraq.

Gömrük ərazisi dedikdə əmtəənin aparılması və gətirilməsinə nəzarət edən vahid gömrük müəssisəsinin yerləşdiyi ərazi başa düşülür. Gömrük ərazisinin sərhədi ölkənin sərhəddinə düşməyə də bilər. Gömrük ərazisi bir neçə ölkənin və ya iki ölkənin gömrük ittifaqında və həmçinin azad zona olan ölkədə də ola bilər. Gömrük ərazisinin sərhədi hər bir ölkənin hökuməti tərəfindən müəyyən edilir və elan edilir. Burada həmçinin gömrük nəzarətinə aid olmayan qeyd edilmiş gömrük anbarlarının və azad zonaların sərhədi ayrıca qeyd edilir.

Qeyd edilmiş anbarlar dedikdə müəyyən gömrük ərazisinə aid edilən, gömrük baxışı üçün nəzərdə tutulan yerdən kənarında əmtəənin

gömrük nəzarətinə məruz qaldığı bütün sahə və tikililər başa düşülür. Belə anbarlarda əmtəələrin yenidən emalı nəzərə alınmadan, onların yenidən qablaşdırılması, yenidən çeşidlənməsi həyata keçirilə bilər. İİƏ zamanı tranzit əməliyyatlarını da fərqləndirmək lazımdır.

Tranzit əməliyyatları (birbaşa) dedikdə əmtəəni bir ölkədən digər ölkəyə aparmaq üçün üçüncü ölkənin ərazi və ya hava sərhədindən keçib getməsi başa düşülür. Onlar nə ixrac, nə idxal əməliyyatlarına aid edilir, yalnız nəqliyyat növlərilə uçota alınır.

Dolayı tranzit əməliyyatları dedikdə əmtəələrin gömrük anbarında emal edilmiş şəkildə başqa ölkəyə aparılması məqsədilə saxlanması başa düşülür.

Azad zona və ya azad ticarət zonası (ATZ), azad iqtisadi zona (AİZ) dedikdə verilən ölkənin gömrük ərazisindən kənarında yerləşən sahələr başa düşülür. Bu zonalara gətirilən əmtəələr gömrük rüsumlarından azaddır və eyni zamanda reixrac üçün nəzərdə tutulan əmtəələr də hər cür gömrük, vergi yığımlarından azaddır. Belə zonalarda həyata keçirilən əməliyyatlara: əmtəələrin qurudulması, təmizlənməsi, müxtəlif emal, çeşidləmə, doldurma, etiketlərin yapışdırılması və s. aiddir.

İxrac-idxal əməliyyatlarının tənzimlənməsinin ticarət-siyasi vasitələrinə gömrük-tarif tənzimlənməsi, ixrac-idxal əməliyyatlarının lisenziyalaşdırılması, həmçinin gömrük vergi və yığımları aiddir.

Gömrük tarifləri beynəlxalq ticarət axınlarının, o cümlədən İİƏ-nin tənzimlənməsi üçün bütün ölkələrdə həyata keçirilən gömrük siyasətinin vasitəsidir. Bu tariflərdə gömrük sərhədini keçən və rüsum alınmağa məruz qalan əmtəələrin sistemləşdirilmiş siyahısı verilir.

Milli gömrük tariflərilə yanaşı, ticarət-gömrük ittifaqına daxil olan region ölkələrin ümumi gömrük tarifləri də mövcuddur. Belə ölkə birliklərin üzvləri olan ölkələr qarşılıqlı ticarətdə gömrük

rüsumlarını ləğv edirlər və üçüncü ölkəyə münasibətdə ümumi gömrük tarifləri siyasəti həyata keçirirlər.

Avropa İttifaqı (Aİ) belə gömrük sistemə malikdir. 1968-ci ildən Aİ-da üçüncü ölkəyə tətbiq edilən Vahid Gömrük Tarifi (VGT) də fəaliyyət göstərir. Gömrük tarifi daha çox idxal edilən əmtəənin dəyərindən faizlə (advalor gömrük tarifi), bir hissəsi isə həcmə, çəkiyə və s. görə hesablanır (xüsusi gömrük tarifi).

Vahid Gömrük Tarifində iki gömrük rüsumları sütunu mövcuddur:

a) avtonom gömrük rüsumları (VGT-ın formalaşdırılması zamanı Aİ-nin iştirakçı ölkələrinin razılaşdırdığı ilkin səviyyə);

b) müqavilə gömrük rüsumları (Ümumdünya Ticarət Təşkilatı - ÜTT çərçivəsində – qarşılıqlı razılaşma yolu ilə çoxtərəfli danışıqlar əsasında).

İİƏ-nin tənziplənməsilə bağlı dempinq, antidempinq və lisenziyalaşdırma məsələlərini bir daha qeyd etmək lazımdır. Əvvəldə qeyd edildiyi kimi, İİƏ-nin gömrük-tarif tənziplənməsinin bir aləti kimi – antidempinq rüsumlarının tətbiqidir. Onlar adətən ixrac əmtəələri dəyərindən aşağı qiymətə satıldıqda tətbiq olunur. Antidempinq rüsumları əvvəlcə müvəqqəti tətbiq olunur. Onlar çox hallarda müəyyən edilən dempinqin miqdarından yüksək olmur, ancaq aşağı ola bilər. Dempinq bir ölkənin əmtəəsinin digər ölkənin bazarında onun normal dəyərindən aşağı satılması ilə bağlıdır. Belə fakt aşkar edildikdə həmin ölkə bu əmtəəyə aşağı ixrac qiymətilə onun normal dəyəri arasındakı fərq qədər əlavə antidempinq rüsumu tətbiq etmək hüququna malik olur.

İxrac-idxal əməliyyatlarının lisenziyalaşdırılması sistemi milli firmaların beynəlxalq ticarət sövdələşmələrinin həyata keçirilməsinə dövlət nəzarətinin və tənziplənməsinin bir vasitəsidir. İxrac-idxal lisenziyası ixrac-idxal sövdələşmələrinin aparılması üçün dövlət

orqanları və ya təşkilatlarından olan xüsusi icazənin müəyyən edilmiş qaydalarını nəzərdə tutur.

İdxal lisenziyasının əsasında kontingentləşdirmə dedikdə müəyyən dövrün (adətən il) və kəmiyyət məhdudiyyətlərinin – kvotanın (kontingent) tətbiq edilməsilə konkret əmtənin qeyd edilmiş dəyərdə və miqdarda ölkəyə gətirilməsi məsələləri başa düşülür.

İxracın lisenziyalaşdırılması isə əmtəə axınlarının statistik uçotu məqsədilə müəyyən nomenklaturalı əmtəələrin aparılmasına nəzərətin bir vasitəsidir. İİƏ ilə bağlı lisenziyanın 2 növünü fərqləndirirlər: baş lisenziya - konkret dövrdə müəyyən növ əmtəələrin ixrac və ya idxalının kəmiyyət və dəyərində məhdudiyyət olmadan ölkələr qrupu və ya ölkə göstərilməklə, firma və ya təsərrüfat subyektinə verilən lisenziyadır və fərdi lisenziya – əmtənin adı göstərilməklə konkret beynəlxalq ticarət sövdələşməsinin bir dəfə həyata keçirilməsinə verilən icazəni nəzərdə tutan lisenziyadır. Lisenziya xarici ticarət əməliyyatının beynəlxalq tənzimləmə vasitələrindən hesab olunur. Lisenziya ölkənin ticarət və tədiyyə balansının, ölkədə valyuta axınının tənzimlənməsində böyük rol oynayır və milli qanunvericilik normaları ilə müəyyən olunur.

Gömrük vergiləri və yığımları. BKƏ, o cümlədən İİƏ-nin tənzimlənməsinin vacib elementlərindəndir. Onlar, adətən, 2 növə: sərhəd və daxili gömrük vergilərinə və yığımlarına ayrılır. Sərhəd gömrük vergiləri yerli əmtəələrdən alınır. Vergi yığımlarına: gerb, liman-port, statistik, fitosanitar yığımları və s. aiddir. Onların əsas məqsədi gömrük rəsmiləşdirilməsi üzrə xərcləri ödəməkdir. Daxili vergi və yığımlar aksiz yığımlarından, qeyd edilmə vergisindən, yol yığımlarından və s. ibarətdir.

Çoxtərəfli əsasda gömrük-tarif tənzimlənməsi məsələləri üzrə razılaşmalar aşağıdakılardır:

1. Gömrük məqsədləri üçün əmtəələrin qiymətləndirilməsi üzrə

razılaşmalar ÜTT tərəfindən bunun üçün əsas, idxal olunan əmtəənin hesab fakturası qəbul edilmişdir. Bu razılaşmaya Gömrük Əməkdaşlığı Şurasının 36 üzvü qoşulub.

2. Ümumi preferensial rejim. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin İEOÖ-dən idxal olunan əmtəələrə birtərəfli qaydada gömrük-tarif güzəştlərinin tətbiqini nəzərdə tutur.

İİƏ gömrük uçotu, beynəlxalq əmtəə axınlarının statistik uçotu üçün əsas bazadır. O, bir tərəfdən hər bir ölkənin milli xalq təsərrüfatı statistikasının, digər tərəfdən isə bütövlükdə beynəlxalq ticarət statistikasının əsasıdır. Sonuncu statistika BMT-nin beynəlxalq iqtisadi təşkilatları vasitəsilə aparılır və nəşr edilir. Ona görə də həm milli, həm də beynəlxalq gömrük statistik uçotun düzgün aparılması və standartlaşmasına böyük diqqət verilir. (İİƏ sisteminin uçotu, gömrük əraziləri, uçot obyektlərinin əsas anlayışları və s. məlumatlar BMT-nin statistika şöbəsinin nəşrində: “Beynəlxalq Ticarət Statistika. Anlayışlar və izahlar” (International Trade Statistics. Concept and Definitions) verilir.

Hər bir ölkənin xalq təsərrüfatı statistikasında bu ölkənin təsərrüfat subyektləri tərəfindən həyata keçirilən BKƏ-nin nəticələri əks olunur:

a) ixrac və idxal göstəricilərinin uçotu;

Statistikada ölkənin gömrük sərhəddindən keçən və müəyyən gömrük qaydalarına məruz qalan əmtəələrin ixrac və idxalının uçotu aparılır. Bu uçot gömrük bəyannaməsi əsasında aparılır. Gömrük bəyannaməsi aşağıdakı sənədlər üzrə rəsmiləşdirilir:

- alqı-satqı müqaviləsi;
- kommersiya və nəqliyyat sənədləri;
- əmtəənin göndəriş hesabı və s.

b) ixrac və idxalın uçot anı.

c) miqdar uçotu;

d) əmtəələrin dəyərcə qiymətləndirilməsi.

İxrac əmtəələri adətən FOB qiymətlərilə (şərtilə), idxal əmtəələri isə SİF qiymətlərilə uçota alınır.

k) İxrac və idxalın ölkələr üzrə paylanması statistikasını. Bu uçot iki istiqamətdə:

- əmtəələri istehsal edən ölkələr üzrə;
- əmtəələri istehlak edən ölkələr üzrə aparılır.

Beynəlxalq təcrübədə, adətən, ixracın əmtəəni istehlak edən ölkə üzrə, idxalın isə əmtəəni istehsal edən ölkə üzrə uçotu aparılır. Bundan başqa, əmtəəni alan (və ya satan) ölkənin də uçotu aparılır.

Beynəlxalq ticarətin, o cümlədən ixrac-idxal əməliyyatlarının tənzimlənməsi ilə məşğul olan təşkilatları miqyasına və profilinə görə şərti olaraq iki qrupa bölmək olar:

- ümumilikdə beynəlxalq ticarətin müxtəlif problemləri ilə məşğul olan beynəlxalq təşkilatlar;
- bir və ya bir neçə əlaqəli əmtəə və xidmətlərlə ticarətin tənzimlənməsi ilə məşğul olan beynəlxalq təşkilatlar.

Birinci qrupa QATT/ÜTT, UNCTAD, UNCİTL, Beynəlxalq Ticarət Palatası daxildir.

Əmtəələrlə, o cümlədən xidmətlərlə beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsində aparıcı rol **Ümumdünya Ticarət Təşkilatına (ÜTT)** məxsusdur. Bu təşkilat formalaşmasına qədər uzun bir təkamül yolu keçmişdir. Qısaca qeyd edək ki, Uruqvay raundunun (1994-cü il) ən əsas nəticəsi ÜTT-nin yaradılması oldu. 1995-ci il yanvarın 1-dən fəaliyyətə başlayan bu təşkilat sadəcə QATT-ın davamı deyil. Əksinə o, QATT-dan köklü surətdə fərqlənir.

Hazırda ÜTT-yə 145-dən yuxarı ölkə üzvdür və 30-a yaxın ölkə, o cümlədən Azərbaycan bu təşkilatda müşahidəçi statusuna malikdir. Eyni zamanda bir neçə beynəlxalq təşkilat da ÜTT-də müşahidəçi statusuna malikdir.

ÜTT-nin məqsədi beynəlxalq ticarətin liberallaşdırılması və onun möhkəm əsaslarının yaradılması və beləliklə də, iqtisadi inkişafın, eyni zamanda insanların həyat səviyyəsinin artırılmasıdır. Bu məqsədə üzv-ölkələr arasında ticarətə aid olan saziş və qaydaların işlənməsi və tətbiq edilməsi, həmçinin beynəlxalq ticarətin liberallaşdırılmasına yönəldilmiş danışıqların həyata keçirilməsi yolu ilə nail olunur.

Beynəlxalq ticarətin və ticarət siyasətinin tənzimlənməsi sahəsində ÜTT-nin gözlədiyi iki əsas fundamental prinsip vardır:

- ticarətdə ayrı-seçkiliyə yol verməmək;
- bazarlara daxil olmanı təmin etmək.

Ticarətdə ayrı-seçkiliyə yol verməmək prinsipi **daha əlverişli şərait rejiminin** (ölkə ÜTT-nin bütün üzv-ölkələri üçün eyni ticarət şəraiti yaradır) və **milli rejimin** (bu rejimə görə idxal olunan əmtəələrə münasibətdə daxili bazarlarda ayrı-seçkiliyə yol verilməməlidir) tətbiq edilməsi vasitəsilə reallaşdırılır. Bazarlara daxil olma isə yuxarıda adı çəkilən rejimlərin tətbiq edilməsi ilə yanaşı, həmçinin kəmiyyət məhdudiyyətlərinin aradan qaldırılması vasitəsilə təmin edilir.

ÜTT-nin funksiyaları təşkilatın yaradılması haqqında qəbul olunmuş sazişin uyğun maddəsində göstərilir:

- ÜTT-nin hüquqi əsasını təşkil edən çoxtərəfli ticarət sazişlərinin qəbul olunmasına və imzalanan çoxtərəfli ticarət sazişlərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət;
- ÜTT-nin üzv-ölkələr arasında ticarət danışıqlarının təşkil edilməsi və onların həyata keçirilməsinin təmin edilməsi;
- ÜTT-nin üzv-ölkələrinin həyata keçirdikləri ticarət siyasətinin müşahidəsi;
- digər beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq;
- yeni üzvlərin qəbulu;

- üzv-ölkələr arasında ticarət mübahisələrinin həllinə köməklik;
- beynəlxalq ticarətin və ticarət siyasətinin mexanizmlərindən istifadə və inkişaf məsələləri üzrə informasiyaların yığılması, öyrənilməsi və təqdim edilməsi.

ÜTT-nin ali orqanı **Nazirlər Konfransıdır** ki, bu da ən azı iki ildə bir dəfə keçirilməlidir. Konfrans ÜTT-nin təsis edilməsi haqqında sazişdə və çoxtərəfli ticarət sazişlərində müəyyən edilmiş qaydaları əldə əsas tutaraq, çoxtərəfli ticarət sazişlərinə aid istənilən məsələlər üzrə qərar qəbul etmək səlahiyyətinə malikdir.

ÜTT-nin cari işlərinin yerinə yetirilməsinə üzv-ölkələrin nümayəndələrindən təşkil edilmiş **Baş Şura** cavabdehdir. Baş Şuranın funksiyalarına sazişlərin və nazirlərin qəbul etdikləri qərarların yerinə yetirilməsinin müntəzəm şəkildə müşahidə olunması, mübahisələrin həll edilməsi və ticarət siyasətinin dövrü olaraq icmalını həyata keçirmək daxildir. Bu funksiyaların həyata keçirilməsində Baş Şuraya 3 ixtisaslaşdırılmış şura kömək edir: əmtəələrlə ticarət üzrə şura, intellektual mülkiyyət hüquqlarının ticarət aspektləri üzrə şura, xidmətlərlə ticarət üzrə şura. Bu şuralar uyğun sahələrdə çoxtərəfli ticarət sazişlərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət edirlər.

Əmtəələrlə ticarət üzrə şura ÜTT və QATT 1994 sazişlərinin prinsiplərinin həyata keçirilməsinə nəzarət edən 14 komitənin işinə rəhbərlik edir. Xidmətlərlə ticarət üzrə şuranın tərkibinə isə iki komitə daxildir. Eyni zamanda Baş Şuraya 4 komitə və 2 xüsusi orqan tabedir.

ÜTT-nin icraçı orqanı isə **Katiblik** sayılır. Katibliyə Nazirlər Konfransı tərəfindən təyin edilən baş direktor rəhbərlik edir. Katibliyin təxminən 500 nəfər əməkdaşı vardır. Katibliyin əsas vəzifəsi üzv ölkələrə çoxtərəfli ticarət danışıqlarının təşkil edilməsində köməklik göstərmək, ticarət siyasətini öyrənmək və ticarət mübahisələrinin həllində hüquqi məsləhətlər verməkdən ibarətdir. Katiblik

eyni zamanda, inkişaf etməkdə olan ölkələrə texniki yardım da göstərir.

ÜTT çərçivəsində imzalanan sazişlər demək olar ki, bütün beynəlxalq ticarət siyasəti sferasını və beynəlxalq kommersioniya praktikasının əhəmiyyətli hissəsini əhatə edir.

Qeyd edək ki, ÜTT çərçivəsində xidmətlərlə beynəlxalq ticarətin çoxtərəfli tənzimlənməsi **“Xidmətlərlə ticarət üzrə baş saziş” (QATS)** əsasında həyata keçirilir. QATS xidmətlərlə beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsinin əsas prinsiplərini müəyyən etməklə, 3 əsas hissədən ibarətdir. Birinci hissədə xidmətlərlə ticarət sahəsində üzv-ölkələrin qarşılıqlı öhdəlikləri müəyyən edilir. Sazişin ikinci və üçüncü hissələri özlərində uyğun olaraq xidmət bazarlarına daxil olmaq üçün verilmiş ilkin qarşılıqlı güzəştlərin siyahısını və ayrı-ayrı xidmət sektorlarının (əsasən maliyyə və telekommunikasiya xidmətləri) xüsusi statusu haqqında əlavəni əks etdirirlər.

BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konferensiyası (UNCTAD) təşkilatı 1962-ci ildə BMT-nin İqtisadi Şurasının qərarı ilə yaradılıb. Təşkilatın yaradılmasının təşəbbüsçüləri kimi üçüncü dünya ölkələrinin ticarət problemlərinə diqqətin az olması məsələsini önə çəkən bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələr, o cümlədən bir sıra keçmiş sosialist ölkələri çıxış ediblər.

UNCTAD-ın qarşısında qoyulan vəzifələr aşağıdakılardır:

1) dünya ticarətinin inkişafına dəstək verilməsi, sabit dünyanın və bərabərhüquqlu qarşılıqlı faydalı əməkdaşlığın təmin edilməsi;

2) müasir beynəlxalq ticarətin səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün tövsiyələrin, prinsiplərin, təşkilati-hüquqi şəraitin və mexanizmlərin işlənilib hazırlanması;

3) BMT sisteminin iqtisadi inkişaf sahəsi üzrə təşkilatlarının fəaliyyətlərinin koordinasiyasında iştirak etmək.

UNCTAD-ın strukturunda 6 komitə mövcuddur ki, onlar da

müxtəlif istiqamətlər üzrə ixtisaslaşmışlar:

- 1) Xammal əmtələri üzrə Komitə;
- 2) Hazır məhsullar və yarımfabrikatlar üzrə Komitə;
- 3) Dəniz daşımaları üzrə Komitə;
- 4) Ticarətin “görünməyən” maddələri (xidmət) üzrə Komitə;
- 5) Beynəlxalq ticarətin maliyyələşdirilməsi və kreditləşdirilməsi üzrə Komitə;
- 6) Texnologiyaların kommersiona ötürülməsi üzrə Komitə.

UNCTAD ölkələri sosial-iqtisadi və coğrafi əlamətlərinə görə təsnifləşdirir və öz iş prinsiplərini də bu təsnifatdan çıxış edərək qurur. UNCTAD-ın təsnifatına görə, “A” qrupuna Avroasiya ölkələri, “B” qrupuna sənayecə inkişaf etmiş ölkələr, “C” qrupuna Latın Amerikasına ölkələri, “D” qrupuna keçmiş sosialist ölkələri (Avropada yerləşən) daxildir. “A” və “C” qrupuna daxil olan ölkələr, həmçinin bir sıra sosialist ölkələri 1975-ci ildə “77”lər adı ilə məşhur olan qrup yaratmışlar.

UNCTAD-ın fəaliyyətinin ən səmərəli nəticəsi kimi “Xammal əmtələri üçün inteqrasiya olunmuş proqram”ın qəbul edilməsini göstərmək olar. Bu proqram nəticəsində inkişaf etməkdə olan ölkələrin xarici ticarətində mühüm yer tutan 18 xammal əmtəəsi üzrə ticarət şəraiti yaxşılaşmışdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin əmtələri üçün inkişaf etmiş ölkələrin bazarlarında güzəştlər verilməsi rejiminin bərqərar olmasında da UNCTAD-ın rolu böyükdür. UNCTAD-ın Dehliyə keçirilən II sessiyası zamanı “İnkişaf etməkdə olan ölkələrdən hazır əmtəələrin idxalı zamanı ümumi güzəşt sistemi” qəbul edilmişdir ki, bu sistemə görə sənayecə inkişaf etmiş ölkələr inkişaf etməkdə olan ölkələrə bir sıra güzəştlər təqdim edirlər.

Beynəlxalq Ticarət Hüququ üzrə BMT Komissiyası (UNCITL) 1964-cü ildə beynəlxalq ticarət hüququnun razılaşdırıl-

ması və unifikasiyası məqsədilə yaradılıb. Komissiyanın aktivinə BMT-nin Dəniz Yük Daşımaları üzrə Konvensiyasını (“Hamburq qaydaları”), BMT-nin Əmtələrin Alqı-satqısı üzrə beynəlxalq Müqavilələr haqqında Konvensiyasını (alqı-satqı üzrə Vyana Konvensiyası) və s. aid etmək olar.

Ümumilikdə komissiya əsasən əmtələrin beynəlxalq alqı-satqısı, beynəlxalq ödəmələr, beynəlxalq ticarət arbitrajı və dəniz yük daşımaları üzrə beynəlxalq qanunvericilik sahələri üzrə müxtəlif hüquq normalarının hazırlanması ilə məşğul olur.

Beynəlxalq Ticarət Palatası (BTP) 1992-ci ildə yaradılıb və ümumilikdə yardımçı funksiyasını yerinə yetirir. O, beynəlxalq kommersiya terminləri üzrə təlimatlar (INCOTERMS) dərc edir, beynəlxalq ticarətin qaydalarını, ənənələrini, normalarını yayır və müxtəlif ölkələrin tacir və sahibkarları, həmçinin onların ticarət-sənaye palataları arasında əlaqələrin qurulmasında vasitəçilik missiyasını yerinə yetirir.

Bir sıra əmtələrlə və xidmətlərlə beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsində ixtisaslaşan ikinci qrup təşkilatlara aşağıdakılar aiddir:

- Neft ixrac edən ölkələrin təşkilatı (OPEK);
- Dəmir filizi ixrac edən ölkələrin Assosiasiyası (APEF);
- Mis ixrac edən ölkələrin təşkilatı (CIPEK);
- Avropa daş kömür və polad təşkilatı;
- Kakao istehsalçılarının Alyansı;
- Banan ixrac edən ölkələrin birliyi;
- Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatı;
- Beynəlxalq Dəniz Təşkilatı;
- Ümumdünya Turizm Təşkilatı.

Gömrük nəzarətini beynəlxalq səviyyədə tənzimləmək üçün 1950-ci ildə yaradılan dövlətlər arası beynəlxalq təşkilat – **Gömrük Əməkdaşlığı Şurası–CTC (Custom Corporation Council)** beynəl-

xalq ticarətin və ölkələr arasında çoxtərəfli gömrük tənzimlənməində böyük rol oynayır. Hal-hazırda onun redaktəsilə 18-dən artıq gömrük konvensiyası, 50-dən çox təklif, 11-dən artıq norma fəaliyyət göstərir. 138-dən artıq dövlət onun üzvüdür.

Beləliklə, beynəlxalq ictimaiyyət, o cümlədən beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar əmtəələrlə və xidmətlərlə beynəlxalq ticarətin – İİƏ-nin daha yüksək artım dinamikasının təmin edilməsi üçün səy göstərir və bu sahədən alınan mənfəətin bütün ölkələr üçün maksimumlaşdırılmasına çalışır.

2.6. Beynəlxalq kommersion əməliyyatlarının bazis şərtləri, İNCOTERMS-2000

Beynəlxalq kommersion işində əmtələrin alqı-satqısı üzrə xarici ticarət əməliyyatlarının, səmərəli və normal həyata keçirilməsi üçün vahid formal qayda və prinsiplərin işlənməsi, tətbiqi və həmçinin vahid formada əsas xarici ticarət-kommersion terminlərinin qəbulu böyük əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq kommersion fəaliyyəti müqaviləsində göstərilən əsas faktorlardan biri də beynəlxalq mal göndərmələrinin **kommersion şərtləri** adlanır. Belə kommersion şərtlərinin xarici iqtisadi fəaliyyət müqaviləsi də daxil olmaqla, bütün növ xarici iqtisadi və kommersion fəaliyyəti sferası üçün xüsusi rolu vardır. Bütün bu məsələlər kontraktın – müqavilənin bazis şərtlərini özündə əks etdirən İNCOTERMS vasitəsilə həyata keçirilir.

Kontraktın bazis şərtləri müqavilənin əsas qaydalarının bütün kompleksini, ixracatçı və idxalçının bütün öhdəliklərini əhatə edir. Beləliklə, **müqavilənin kommersion (bazis) şərtləri** dedikdə əmtələrin, bir ölkədən (ixracatçıdan) digər ölkəyə (idxalçıya) çatdırılması zamanı əmtəənin mülkiyyət hüququnun verilməsinin

qeyd olunduğu və əmtəənin itkisi zamanı tərəflərin öhdəliklərinin əks olunduğu alqı-satqı müqaviləsi başa düşülür. Daha doğrusu, bu bazis şərtləri kontraktın yüklərin (əmtəələrin) saxlanması, boşaldılması, nəqli və s. zamanı kimin məsuliyyət daşdığını və xərcləri ödədiyini, həmçinin sövdələşmədə mümkün risklər və s. xərcləri müəyyən edir. Qeyd edilən xərclər ümumi halda əmtəələrin dəyərinin təxminən 40-50%-ni təşkil edir. Bu xərclərin həyata keçirilməsi zamanı adətən **“franklaşdırma”** – “alıcı yola salınma məntəqəsinə qədər xərclərdən azaddır” anlayışından geniş istifadə olunur. Bazis şərtlərində göstərilən xərclərin növləri çox müxtəlifdir:

- müəssisədən malların yüklənməsi, qablaşdırılması, markalanma xərcləri;
- yüklərin nəqli, çatdırılması, ölkə daxili nəqliyyat xərcləri;
- yüklərin beynəlxalq nəqliyyat daşınma xərcləri;
- gömrük və yüklərin alıcının anbarına çatdırılması xərcləri və s.

Mal göndərmənin kommersiya-bazis şərtləri vahid şəkildə və onun beynəlxalq praktika ilə dəqiqləşdirilməsi məqsədilə ilk dəfə olaraq xarici ticarətdə tətbiq edilən kommersiya terminlərinin razılaşdırılmış şəkildə izahı Beynəlxalq Ticarət Palatası tərəfindən keçən əsrin 30-cu illərində İNCOTERMS (International Commercial Terms - Ticarət terminlərinin izahının Beynəlxalq Qaydaları) işlənmişdir. Hal-hazırda 2000-ci ildə qəbul edilmiş İNCOTERMS-2000 variantı fəaliyyət göstərir. Beləliklə, İNCOTERMS – ticarət terminləri olmaqla, müqavilə bağlandıqdan sonra tərəflərin hüquq və öhdəliklərini dəqiq müəyyən edir, idxalçı və ixracatçı arasında risk və məsuliyyəti – cavabdehliyi aydınlaşdırır, həmçinin onların vəzifələrini və s. müəyyənləşdirir.

INCOTERMS-2000-in quruluşu. Beynəlxalq kommersiya terminlərinin təsnifləşdirilməsi və onlardan istifadənin əlverişliliyi

üçün bu terminlər dörd əsas kateqoriyaya – qrupa bölünür və burada bütövlükdə kontraktın bazis şərtlərinin 13 variantı verilir:

I qrup – E kateqoriyası adlanır və yalnız bir termini **EXW (ExWorks - zavoddan)** əhatə edir. Bu o deməkdir ki, satıcı malı razılaşıdırılan yerdə, adətən, öz ərazisində - binasında (zavod, müəssisə, anbar və s.) alıcının sərəncamına verir. Bu halda satıcının öhdəlikləri minimum təşkil edir. Bu növ kommersiya şərtilə göndərmədə satıcı əmtəənin hər hansı növ nəqliyyat vasitəsinə yüklənməsinə və ixrac gömrük vergilərinin ödənilməsinə məsuliyyət daşıyır. Alıcı bu halda əmtəənin satıcının müəssisəsindən (binasından) təyinat yerinə qədər daşınması ilə əlaqədar bütün risk və xərcləri öz üzərinə götürür. Ancaq praktikada satıcı alıcı tərəfindən əvvəlcədən sifariş edilmiş nəqliyyat vasitəsinə malın yüklənməsində köməklik göstərə bilər. Alıcı bu halda əgər satıcının öhdəliklərinin artırılmasında maraqlıdırsa, onda, əlbəttə, əlavə razılaşıdırılan öhdəliklər və ya şərtlər, alqı-satqı kontraktında dəqiq qeyd olunmalıdır. Beləliklə, müqavilədə bu şərtə əlavə olaraq aşağıdakı:

CIP – kommersiya şərtində satıcı əmtəəni satıcının öz ölkəsində yerləşən təyinat yerində daşıyıcıya təhvil verməklə yanaşı, əlavə olaraq yükün öz hesabına sığortalanmasını da öz öhdəsinə götürür. Bu halda ixrac rəsmiləşdirilməsini satıcı, idxal rəsmiləşdirilməsini isə alıcı həyata keçirir.

Deməli, C qrupunda qeyd edilən dörd şərtlər içərisindəki yalnız CİF və CIP şərtlərində satıcı əmtəəni sığortalamalı və sığorta üzrə xərcləri öz öhdəsinə götürməlidir. C qrupu üzrə kommersiya şərtlərindəki kontraktları, adətən, yüklənmə kontraktları da adlandırırırlar.

IV qrup D kateqoriyası adlanır və bu qrupa beş kommersiya şərti daxildir:

DAF – (Delivered at Frontier – Sərhədə qədər göndəriş, yəni

sərhəddə təhvil-təslim ... razılaşdırılmış məntəqədə).

DES – (Delivered Ex Ship – Gəmidən göndəriş ... razılaşdırılmış təyinat limanında).

DEQ – (Delivered Ex Quay – Gəmilərin yan aldığı körpüdən göndəriş ... razılaşdırılmış təyinat limanında).

DDU – (Delivered Duty Unpaid – Gömrük rəsmiləşdirilməsi – rüsumlar ödənilməmiş təhvil-təslim... razılaşdırılmış məntəqədə).

DDP – (Delivered Duty Paid – Gömrük rəsmiləşdirilməsi – rüsumlar ödənilmiş göndəriş... razılaşdırılmış məntəqədə).

Qeyd: EXW –alıcının təqdim etdiyi nəqliyyat vasitəsinə əmtəənin yüklənməsilə bağlı satıcının əlavə öhdəlikləri razılaşdırılmalıdır.

II qrup – F kateqoriyası adlanır. Bu o deməkdir ki, satıcı malı alıcının göstərişinə uyğun göndərir, yaxud onun təyin etdiyi daşıyıcıya təhvil verir. Bu kateqoriya üç termini: **FCA (Free Carrier – daşıyıcıya təhvil-təslim)**, **FAS (Free Alongside Ship – gəmi yüklənməsində təhvil-təslim)**, **FOB (Free on Board – gəmidə təhvil-təslim)** əhatə edir.

FCA bazis şərtilə tərəflər alqı-satqı kontraktında göndərmə yeri kimi müxtəlif cür razılaşa bilirlər. Məsələn:

– Əmtəələr satıcının binasından alıcının təqdim etdiyi nəqliyyat vasitəsinə yüklənə bilər, yaxud digər halda:

– Əmtələrin alıcının göstərişi ilə müəyyən olunmuş terminala satıcının təqdim etdiyi nəqliyyat vasitəindən yüklənməsi həyata keçirilə bilər.

Beləliklə, bu kommersiya termininin mənası onunla bağlıdır ki, satıcı əmtəəni ixrac gömrük rəsmiləşdirilməsindən keçirdikdən sonra, alıcının təyin etdiyi franko daşıyıcıya əvvəlcədən razılaşdırılmış yerdə və ya məntəqədə təhvil verdikdə, çatdırılma

üzrə öz öhdəliyini yerinə yetirmiş olur, yəni bu andan sonra əmtəənin təyinat məntəqəsinə çatdırılması ilə bağlı xərclər və risklər alıcının üzərinə düşür.

FAS - kommersiya şərti o deməkdir ki, dəniz daşınmaları (və ya daxili su yolu daşınmaları) zamanı satıcı əmtəəni razılaşıdırılmış yüklənmə limanına (portuna) gətirərək, onu gəmi bortu (göyərtəsi) boyunca sahilə və ya xüsusi olaraq mal daşımaq üçün gəmiyə qoşulmuş yedəklərdə (lixterlər) yerləşdirdikdən sonra öz öhdəliyini yerinə yetirmiş olur. Bundan sonra, bütün xərclər və risklər alıcının üzərinə keçir.

Qeyd: **FAS** şərtində əmtəənin ixrac rəsmiləşdirilməsi alıcı tərəfindən yerinə yetirilməsi tələb olunur.

FOB – Bu kommersiya şərtində satıcı öz hesabına əmtəəni yüklənmə limanında (daha doğrusu, yük gəminin məhəccərindən keçdikdən sonra) yükləməklə daşınma üzrə öz öhdəliyini yerinə yetirir və alıcıya xalis bort konosamentini təqdim edir. Bu andan etibarən bütün risk və xərclər alıcıya keçir. Bu halda satıcı əmtəənin ixrac rəsmiləşdirilməsini həyata keçirməlidir.

III qrup - C kateqoriyası adlanır və bu qrupa görə satıcı öz hesabına əmtəənin daşınması üzrə adi şərtlərlə müqavilə bağlayır. Lakin mal yükləndikdən və göndərildikdən sonra onun zədələnməsinə, yaxud məhvində, yaranan digər əlavə xərclərə görə məsuliyyət daşımır. Ona görə də “C” qrupunun uyğun bazis şərtlərindən sonra satıcının nəqliyyat xərclərini ödədiyi məntəqə göstərməlidir. Bu qrupa daxil olan çatdırılma şərtlərinin hamısında satıcı ixrac, alıcı isə idxal rəsmiləşdirilməsini həyata keçirir. “C” qrupunun dörd bazis-kommersiya şərti mövcuddur:

a) **CFR** – (**Cost and Freight – Dəyər və fraxt (icarə)**) ...
razılaşıdırılmış təyinat limanı;

b) **CIF** – (**Cost Insurance and Freight - dəyər, sığorta və**

fraxt (icarə)) ... razılaşıdırılmış təyinat limanı;

c) CPT – (Carriage Paid To... – Daşınma) - ... təyinat ünvanına qədər ödənilib;

d) CIP – (Carriage and Insurance Paid To... Daşınma və sığorta) ... təyinat ünvanına qədər ödənilib.

CFR – kommersiya şərtində satıcı əmtəəni alıcının ölkəsindəki təyinat limanına çatdırmaq üçün bütün xərcləri özü ödəyir. Bundan sonrakı, yəni təyinat limanında əmtəənin boşaldılması xərcləri də daxil olmaqla, bütün xərcləri alıcı özü ödəyir.

CIF - daşınma şərtində də bütün qaydalar və tələblər CFR şərtində olduğu kimidir. Yalnız fərq ondadır ki, CIF şərtində əlavə olaraq yükün sığorta xərclərini də satıcı özü həyata keçirir.

CPT - kommersiya şərtində satıcı əmtəənin alıcının öz ölkəsində yerləşən təyinat məntəqəsinə aparılmasına və həmçinin alıcının anbarına əmtəəni aparın daşıyıcıya təhvil verilməsinə məsuliyyət daşıyır. Bu halda ixrac rəsmiləşdirilməsini satıcı, idxal rəsmiləşdirilməsini isə alıcı həyata keçirir.

CIP - kommersiya şərtində satıcı əmtəəni satıcının öz ölkəsində yerləşən təyinat yerində daşıyıcıya təhvil verməklə yanaşı, əlavə olaraq yükün öz hesabına sığortalanmasını da öz öhdəsinə götürür. Bu halda ixrac rəsmiləşdirilməsini satıcı, idxal rəsmiləşdirilməsini isə alıcı həyata keçirir.

Deməli, C qrupunda qeyd edilən dörd şərt içərisindəki yalnız CIF və CIP şərtlərində satıcı əmtəəni sığortalamalı və sığorta üzrə xərcləri öz öhdəsinə götürməlidir. C qrupu üzrə kommersiya şərtlərindəki kontraktlar, adətən, **yüklənmə kontraktları** da adlandırılırlar.

IV qrup – D kateqoriyası adlanır və bu qrupa beş kommersiya şərti daxildir:

DAF – (Delivered at Frontier – Sərhədə qədər göndəriş, yəni

sərhəddə təhvil-təslim... razılaşıdırılmış məntəqədə).

DES – (Delivered Ex Ship – Gəmidən göndəriş ... razılaşıdırılmış təyinat limanında).

DEQ – (Delivered Ex Quay – Gəmilərin yan aldığı körpüdən göndəriş ... razılaşıdırılmış təyinat limanında).

DDU – (Delivered Duty Unpaid – Gömrük rəsmiləşdirilməsi – rüsumlar ödənilməmiş təhvil-təslim ... razılaşıdırılmış məntəqədə).

DDP – (Delivered Duty Paid – Gömrük rəsmiləşdirilməsi – rüsumlar ödənilmiş göndəriş ... razılaşıdırılmış məntəqədə).

D qrupu əvvəlki C qrupundan fərqlənir. Belə ki, bu halda satıcı sərhəddə razılaşıdırılmış məntəqədə və ya idxalçının ölkəsində əmtəənin çatdırılmasına görə məsuliyyət daşıyır. O, qeyd edilmiş yerə malın daşınması ilə bağlı bütün risk və xərcləri öz üzərinə götürür. Bununla əlaqədar D qrupu üzrə bağlanan kontraktlar çatdırılma şərtlərilə sıx bağlıdır. Qeyd edilən şərtlərin qısa izahı aşağıdakı kimidir:

– **DAF** - Kommersiya şərtində müəyyən edilmiş vaxtda sərhəddə razılaşıdırılmış məntəqəyə əmtəənin çatdırılması satıcının öhdəsinə düşür. Bu halda “sərhəd” anlayışı altında istənilən sərhəd, ixracatçı ölkənin sərhədi, ya da idxalçı ölkənin sərhədi başa düşülə bilər. Ona görə də DAF şərtində konkret məntəqənin adı göstərilməklə sərhəddin dəqiq göstərilməsi vacibdir və eyni zamanda ixrac rəsmiləşdirilməsini satıcı, idxal rəsmiləşdirilməsini isə alıcı aparır.

– **DES** – bazis şərtində əgər əmtəə gəminin göyörtəsində (bortunda) alıcıya təhvil verilibsə və hələ qeyd edilmiş təyinat limanında gömrük rəsmiləşdirilməsindən keçməyibsə, satıcı malın göndərilməsi üzrə öz işini yerinə yetirmiş olur. Bu halda alıcının ölkəsində yerləşən təyinat limanına qədər əmtəənin çatdırılması üzrə bütün xərcləri və riskləri satıcı çəkir və ixrac rəsmiləşdirilməsini satıcı, idxal rəsmiləşdirilməsini isə alıcı həyata keçirir.

– **DEQ** – şərtində satıcı əmtəə gömrük rəsmiləşdirilməsindən keçəndən sonra, razılaşdırılmış təyinat limanında yükü gəminin yan aldığı körpüdən alıcıya çatdıraraq öz öhdəliyini bitirmiş olur. Bu zaman satıcı əmtəənin çatdırılması zamanı meydana çıxacaq riskləri, həmçinin rüsum, vergi və yığımları özü ödəyir. Qeyd etmək lazımdır ki, əgər satıcı idxala birbaşa və ya dolaylı lisenziya ala bilmirsə, onda bu halda DEQ terminini tətbiq etmək olmaz. DEQ şərtində ixrac və idxal rəsmiləşdirilməsini satıcı həyata keçirir.

– **DDU** – şərtində satıcı alıcının anbarına qədər olan bütün mümkün xərcləri və riskləri özü ödəməklə yanaşı, ixrac rəsmiləşdirilməsini də həyata keçirir. Ancaq satıcının çəkdiyi xərclərə idxal rəsmiləşdirilməsi daxil deyildir.

– **DDP** – çatdırılma şərtində həm idxal və həm də ixrac rəsmiləşdirilməsi ödənilməklə əmtəə birbaşa alıcının anbarına çatdırılır. Ona görə də bu şərti çox vaxt “alıcının anbarına göndəriş” də adlandırırlar.

INCOTERMS-2000 üzrə mal göndərmənin bazis şərtlərini izah edən terminlərin qısa yazılışı cədvəl 2.1.-də verilmişdir.

Beləliklə, INCOTERMS-2000 üzrə əmtəələrin çatdırılması üzrə satıcının və alıcının öhdəliklərinə aid etmək olar:

– Daşınma müqaviləsinin bağlanması (fraxtın və ya dəmir yolu tarifi və s. ödənişi);

– Sığorta müqaviləsinin bağlanması;

– Əsas daşıyıcıya əmtəələrin daşınması üzrə xərclərin ödənilməsi;

– Əsas daşıyıcı vasitələrlə əmtəələrin yüklənməsi üzrə xərclərin ödənilməsi;

– Təyinat məntəqəsində əmtəələrin boşaldılması üzrə xərclərin ödənilməsi;

– Təyinat məntəqəsində əmtəələrin çatdırılması üzrə xərclər.

INCOTERMS-2000 üzrə malgöndərmənin bazis şərtlərinin
terminləri

Cədvəl 2.1.

Qrupun işarəsi və əsas təyinatı		Kom-mersiya şərtləri terminlərinin adları	Qısa izahı			
E	Yola salınma	Sətıcı malı öz ərazisində alıcının sərəncamı	EXW	EX Works (... named place)	Zavoddan və ya müəssisədən təhvil-təslim.	
				FCA	Free Carrier (... named place)	Franko daşıyıcıya təhvil-təslim (...razılaşdırılmış məntəqədə)
				FAS	Free Alongside Ship (... named port of shipment)	Gəmi yüklənməsində təhvil-təslim(gəmi portu boyunca sərbəst) (...razılaşdırılmış yükləmə limanında)
F	Əsas daşınma ödənilmir	Sətıcı malı alıcının təyin etdiyi daşıyıcının sərəncamına verir	FOB	Free on Board (... named port of shipment)	Gəmidə təhvil-təslim (gəmi içərisində - göyertəsində sərbəst) (...razılaşdırılmış yükləmə limanında)	
			CFR	Cosf and Freight (... named port of destination)	Dəyər və fraxticarə (...razılaşdırılmış təyinat limanında)	
C	Əsas daşınma	Sətıcı daşınma üzrə müqavilə bağlamaqla, mal				

			CIF	Cost, Insurance and Freight (... named port of destination)	Dəyər, sığorta və fraxt icarə (...razılaşdırılmış təyinat limanında).
			CPT	Carriage Paid To (... named place of destination)	Daşınma ödənilmişdir (...razılaşdırılmış təyinat məntəqəsinə qədər)
			CIP	Carriage and Insurance Paid To (... named place of destination)	Daşınma və sığorta ödənilmişdir (...razılaşdırılmış təyinat məntəqəsinə qədər).
D	Birbaşa çatdırılma	Satıcı malın təyinat yerinə çatdırılması ilə bağlı risk və xərcləri öz öhdəsinə götürür	DAF	Delievered at Frontier (...named place)	Sərhədə qədər göndəriş, sərhəddə təhvil-təslim (...razılaşdırılmış yerdə)
			DES	Delievered Ex Ship (... named port of destination)	Gəmidən göndəriş-gəmidə təhvil-təslim (... razılaşdırılmış təyinat limanında).
			DEQ	Delievered Ex Quay (... named port of destination)	Gəmilərin yan aldığı körpüdən göndəriş-körpüdən təhvil-təslim (...razılaşdırılmış təyinat limanında).
			DDU	Delievered Duty Unpaid (... named place of destination)	Gömrük rüsumları ödənilməmiş göndəriş (... razılaşdırılmış təyinat yerində).

			DDP	Delievered Duty Paid (... named place of destination)	Gömrük rüsumları ödənilməklə gön- dəriş (...razılaşdırıl- mış təyinat yerin- də).
--	--	--	-----	--	---

Yuxarıda qeyd edilən bazis şərtlərindən praktikada ən çox istifadə edilən FOB və SİF kommersiya şərtləridir. Beynəlxalq ticarət təcrübəsində “FOB qiyməti”, adətən, əmtənin ixrac qiyməti kimi, “CİF qiyməti” isə əmtənin idxal qiyməti kimi qəbul edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, FOB və CİF şərtləri satıcı üçün daha əlverişlidir. Çünki hər iki halda o, əmtənin gəmidə yüklənməsi və konosament aldığı andan, bəzən isə yola salınma limanında əmtənin yüklənməyə qəbulu anından malın təsadüfən itməsi və xarab olması risklərindən azaddır. Satıcı əmtənin göndərilməsindən və banka uyğun sənədlərin təqdim edilməsindən dərhal sonra, daha doğrusu, alıcının ona yola salınmış əmtənin alınmasına xeyli müddət qalana qədər ödənişləri alır.

Beləliklə, beynəlxalq kommersiya fəaliyyətində əsas kommersiya şərtlərini özündə əks etdirən INCOTERMS-2000 standart ticarət terminlərinin diqqətlə öyrənilməsi və onların düzgün tətbiqi böyük əhəmiyyət kəsb edir və nəticədə bu sahədə əhəmiyyətli dərəcədə mənfəətin əldə edilməsinə şərait yaradır.

III FƏSİL. BİRBAŞA ƏLAQƏLƏRDƏ BEYNƏLXALQ TİCARƏT SÖVDƏLƏŞMƏLƏRİNİN HAZIRLANMASI QAYDALARI VƏ KOMMERSİYA KONTRAKTLARININ BAĞLANMASI MƏRHƏLƏLƏRİ

3.1. Beynəlxalq kommersioniya kontraktı anlayışı, yaranması, mahıyyəti və vəzifəsi

Ölkələr arasında iqtisadi, ilk növbədə qarşılıqlı ticarət münasibətlərinin beynəlxalq-hüquqi tənziqlənməsi hələ çox qədim dövrlərdən meydana gəlmişdir. Ticarət münasibətləri çox-çox əvvəllərdən beynəlxalq müqavilələrin predmetlərindən biri kimi çıxış etmişdir. Belə ki, ilkin olaraq belə münasibətlərdə mənəvi və hüquqi prinsip kimi ticarət münasibətlərinin sərbəstliyi əsas götürülürdü. Məhz azad ticarət hüququ belə münasibətləri tənziqləyən beynəlxalq iqtisadi hüququn əsasını təşkil edir.

XVII əsrdə ilk dəfə olaraq xüsusi beynəlxalq ticarət-kommersioniya müqavilələri meydana gəlmişdir. XX əsrdə artıq dövlətin qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrini tənziqləyən müəyyən xüsusi prinsiplər, institutlar, beynəlxalq-hüquqi doktrinalar, məxsusi anlayışlar və s. (“bərabər imkanlar”, “açıq qapılar”, “konsul hüquqları”, “qazanılmış hüquqlar”, “milli rejimlər” və s.) formalaşmağa başlamışdır. XIX-XX əsrlərdə beynəlxalq iqtisadi və elmi-texniki əməkdaşlığın yeni formalarının əmələ gəlməsi beynəlxalq iqtisadi-ticarət sferasında yeni növ müqavilələrin (əmtəə dövriyyəsi və ödənişləri, klirinq, nəqliyyat, rabitə, sənaye mülkiyyəti və s. haqqında razılaşmalar), eyni zamanda çoxlu sayda beynəlxalq iqtisadi və elmi-texniki təşkilatların yaranmasına təkən verdi.

Bütün bu proseslər xüsusilə, II Dünya müharibəsindən sonra daha da gücləndi. BMT-nin nizamnaməsində onun əsas məqsədlərinin

dən biri kimi, iqtisadi xarakterli beynəlxalq problemlərin həllində beynəlxalq əməkdaşlığın həyata keçirilməsi göstərilir.

Beynəlxalq kommertiya hüququ beynəlxalq xüsusi hüququn əsas sahəsi olmaqla beynəlxalq kommertiya (ticarət) kontraktlarının (müqavilələrinin) bağlanması, fəaliyyəti və icrası qaydalarını tənzimləyir. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq kommertiya hüququnda “beynəlxalq kommertiya kontraktı” anlayışının unifikasiya olunmuş (eyni, standart formalı) izahı mövcud deyildir. Beynəlxalq kommertiya kontraktı hüququnun müəyyən bir formaya salınmasının tarixi inkişafı bir neçə mərhələni əhatə edir.

I mərhələ bir dəniz limanından digərinə, yaxud bir yarmarkadan başqa yarmarkaya səyahət edən tacirlərin beynəlxalq ticarət adətlərinin yığılı formasında təqdim olunan və onların hüququ (law merchant) kimi çıxış edən orta əsrlər hüququnun yaranması dövrünə aiddir.

II mərhələ milli azadlıq ideyası və milli fenomen hüququ anlayışının təsiri altında milli hüquq sistemlərinin yaranması ilə bağlıdır.

III mərhələ müasir mərhələ olmaqla, milli qapalılıq çərçivəsindən çıxaraq çoxtərəfli danışıqlar əsasında universal və vahid formada işlənmiş maddi-hüquqi normaların yaranması ilə xarakterizə olunur. Məhz bu mərhələdə beynəlxalq kommertiya kateqoriyaları, anlayışları vahid formalı ticarət hüquqları şəklində formallaşmağa başlamışdır. Bu yolda ilk addım kimi 1955-ci ildə əmtəələrin alqı-satqısının beynəlxalq hüquqları haqqında Haaqa konvensiyası oldu. Məhz bu konvensiya əsasında beynəlxalq alqı-satqı anlayışı alıcı və satıcının müxtəlif ölkələrin ərazisində yerləşməsilə izah olundu.

Beynəlxalq kommertiya kontraktı anlayışının vahid formada izahının sonrakı mərhələsi UNİDRUA çərçivəsində qəbul edilən iki konvensiya və daha sonra isə 1980-ci ildə əmtəələrin beynəlxalq

alqı-satqısı müqavilələri haqqında Vyana konvensiyası ilə bağlıdır. Belə ki, Vyana konvensiyasına görə, kommersionya kontraktının beynəlxalq olması üçün bir başlıca şərt: əsas kommersionya müəssisələrinin kontragentləri – alıcı və satıcının müxtəlif ölkələrin ərazilərində olması və aşağıdakı üç əlavə şərtin mövcudluğu vacib hesab edilir:

- satılan əmtəənin təyinatı və yola salınması;
- oferta və akseptin yerinə yetirilməsi;
- müqavilənin (kontraktın) bağlanması və icrası.

Beynəlxalq alqı-satqı və yaxud kommersionya kontraktının mahiyyətinin düzgün müəyyən olunmasında Vyana konvensiyasının rolu böyükdür. Beləliklə, ticarət müqaviləsinin beynəlxalq xarakterinin müasir anlayışı onun kommersionya təbiəti ilə (yəni onun fərdi istehlak məqsədi ilə deyil, sahibkarlıq məqsədilə bağlanmasıdır) bağlıdır və alıcı və satıcının kommersionya müəssisələrinin müxtəlif ölkələrin ərazisində yerləşməsini nəzərdə tutan əsas elementi özündə birləşdirir.

Kontrakt (və ya müqavilə) mövcud qanunverici vasitə olmaqla yanaşı, təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsində tərəfdaşların (partnyorların) münasibətlərini tənzimləyir və tərəflərin öhdəliklərinin yaranmasına, dəyişdirilməsinə, yaxud dayandırılmasına yönəldilmiş razılaşma kimi təyin olunur.

Kontrakt aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- tərəflər arasındakı yerinə yetirilməsi qanunla müdafiə olunan öhdəlik xarakterli münasibətləri hüquqi cəhətdən möhkəmləndirir;
- tərəflərin fəaliyyəti qaydalarını, üsullarını və ardıcılığını müəyyən edir;
- tərəflərin öhdəliklərinin təmin edilməsi üsullarını nəzərdə tutur.

Alqı-satqı müqaviləsi, o cümlədən beynəlxalq alqı-satqı müqaviləsi öhdəlik hüquqlarının obyektini kimi çıxış edir. İngilis dilində “müqavilə” (“agreement”) və “kontrakt” (“contract”) anlayışları

istifadə zamanı analoji qəbul edilir. Müqavilənin vacib – mütləq şərtləri aşağıdakılardır:

- iki və daha çox tərəfin mövcudluğu;
- tərəflər arasındakı hüquqi münasibətlərə toxunan və onları yerinə yetirməyə məcbur edən bütün tərəflərə məlum olan ümumi məqsədin mövcudluğu.

Beynəlxalq ticarətdə kontrakt (ingiliscə contract) – razılaşan tərəflər üçün ümumi norma və əxlaq qaydaları, qarşılıqlı öhdəliklərlə xarici iqtisadi fəaliyyətdə əmtəə və xidmətlərin alqı-satqı müqaviləsidir. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq kommersionya fəaliyyətində və yaxud beynəlxalq ticarətdə kontraktın aşağıdakı bir çox sinonimləri mövcuddur:

- beynəlxalq kommersionya müqaviləsi;
- alqı-satqının (sövdələşmənin) beynəlxalq müqaviləsi;
- malgöndərmənin xarici-ticarət kontraktı;
- ixrac-idxal kontraktı;
- xarici ticarət sövdələşməsi.

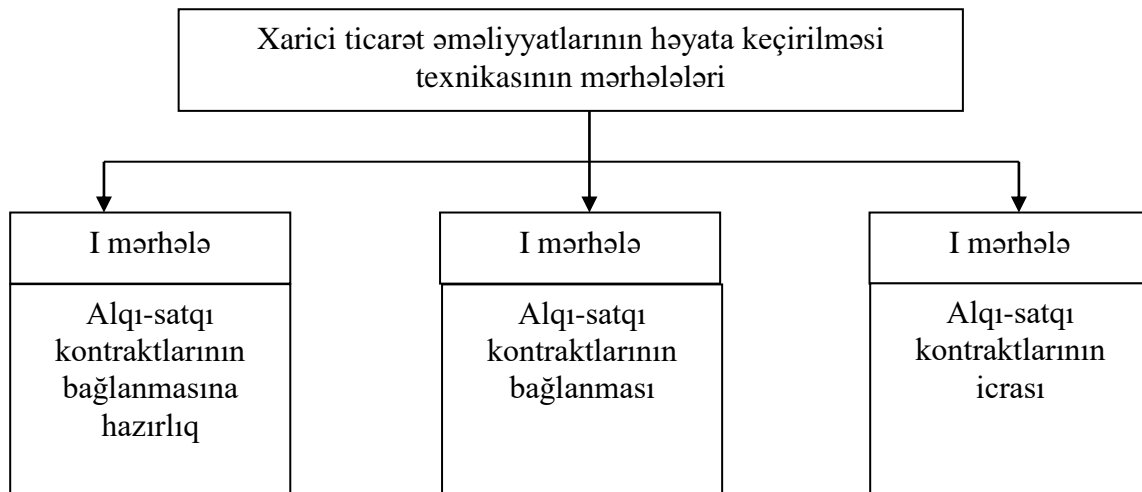
Beynəlxalq kommersionya fəaliyyətində kontraktın bağlanması və yerinə yetirilməsi yolu ilə beynəlxalq ticarətin əsasını təşkil edən xarici iqtisadi əmtəə mübadiləsi həyata keçirilir və beynəlxalq kommersionya müqaviləsinin predmetinə olan mülkiyyət hüququ satıcıdan alıcıya keçir.

3.2. Beynəlxalq kommersionya kontraktlarının bağlanmasına hazırlıq

Xarici və ya beynəlxalq iqtisadi əməliyyat – xarici iqtisadi fəaliyyət subyektlərinin xarici iqtisadi sövdələşmənin hazırlanması, bağlanması və yerinə yetirilməsi, həmçinin digər lazımi sövdələşmələrin (daşınma müqavilələri, nəqliyyat ekspedisiyası, sığorta və s.) və təminədiçi əməliyyatların (gömrük, valyuta və s.) başa çat-

dırılması üzrə geniş fəaliyyət sferasıdır. Xarici iqtisadi və ya xarici ticarət əməliyyatı tərəflər arasında bağlanan sövdələşmə əsasında aparılır və bu sövdələşmə beynəlxalq kommersionya fəaliyyətinin hüquqi əsası hesab edilir.

Ümumiyyətlə, istənilən birbaşa xarici ticarət və ya beynəlxalq kommersionya əməliyyatlarının təşkili və həyata keçirilməsi texnikası bir neçə əsas mərhələyə ayrılır (şəkil 3.1):



Şəkil 3.1. Beynəlxalq kommersionya əməliyyatlarının həyata keçirilməsi

Hər bir mərhələ isə özlüyündə bir neçə ardıcıl mərhələnin yerinə yetirilməsini zəruri edir. Birinci mərhələni həyata keçirərkən aşağıdakı alt mərhələləri ayrıca olaraq nəzərdən keçirmək lazımdır:

- ixrac sövdələşməsinin hazırlanması qaydaları;
- idxal sövdələşmələrinin hazırlanması qaydaları.

İxrac-idxal sövdələşmələrinin keçirilməsinin beynəlxalq təcrübəsi sövdələşmənin yerinə yetirilməsi üçün lazım olan sənədlərin rəsmiləşdirilməsi, emalı, göndərilməsi və s. ilə bağlı konkret məsələlərin həll olunduğu və müəyyən qaydaların həyata keçirildiyi ayrı-ayrı mərhələlərdən ibarət olan beynəlxalq kommersionya fəaliyyətinin müəyyən növlərinin reallaşdırılmasını təklif edir.

Beynəlxalq komersionya və ya alqı-satqı kontraktlarının bağlan-

masının hazırlıq mərhələsi özündə aşağıdakıların həyata keçirilməsini birləşdirir.

1. Bazarın kompleks təhlili:

- bazarın konyunkturasının öyrənilməsi;
- bazarın iqtisadi və təşkilati, ticarət-siyasi, nəqliyyat, gömrük, valyuta, vergi və digər hüquqi şərtlərinin öyrənilməsi;
- rəqabət aparan firmaların fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi;
- əmtəələrin, işlərin, xidmətlərin xarici ticarət qiymətlərinin hesablanması;
- sövdələşmənin nəzərdə tutulan iqtisadi səmərəliliyinin təhlili;
- xarici bazara çıxış formasının seçilməsi.

2. Reklam kampaniyasının keçirilməsi.

3. Potensial kontragent – xarici tərəfdaşın axtarışı, onun ilə kontraktın - əlaqənin qurulması, tərəfdaşların öyrənilməsi və seçilməsi.

Potensial tərəfdaşın axtarışı, seçilməsi və onun haqqında informasiyanın yığılması aşağıdakı mənbələrdən istifadə etməklə həyata keçirilir:

a) nəşr edilmiş reklamlar, radio və televizor ilə aparılan reklamlar, reklam prospektləri, bukletlər;

b) xüsusi baza məlumatları, baza verilənləri, firmaların məlumat kitabları, firmaların illik hesabatları;

c) xarici tərəfdaşın seçilməsi üçün informasiyanın təqdim edilməsi üzrə ixtisaslaşan təşkilatlar;

d) beynəlxalq məlumatlar (kitablar)

Beynəlxalq məlumatlar öz növbəsində aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

– əmtəə-firma məlumatları (Kelly's). Bu məlumatlarda informasiyalar bir qayda olaraq dörd dildə (ingilis, alman, fransız və ispan) verilir. Uyğun olaraq hər bir dilin rubrikası özünə məxsus rəngə malikdir.

- ümumfirma məlumatları (Poor's, ABC, Owen's). Bu məlumatlar firmalar haqqında daha ətraflı informasiyanı özündə əks etdirir.
- səhmdar cəmiyyətlər üzrə məlumatlar (Moody's);
- sahə məlumatları (Oil & Petroleum);
- direktor və ya şəxsi əlaqələr haqqında direktor məlumatları (The director of directors);
- coğrafi məlumatlar (Who's who).

Bəzi hallarda kommersiya subyekti haqqında məlumatların yığılması ilə xüsusi kredit məlumat firmaları da məşğul olur. Onlar kommersiya subyektinin diskreditasiyası üçün bu informasiyanı paylamamaq, yaymamaq şərtilə konfidensial informasiyanı yığaraq, təqdim edirlər.

Kontragenin seçilməsi zamanı aşağıdakı vacib faktorları nəzərə almaq lazımdır:

1. İri firmalar tərəfindən bazarın inhisarlaşdırılması dərəcəsi.
2. Bazara daxil olma imkanları.
3. Bu və ya digər firma ilə ticarət münasibətlərinin davamlılığı.
4. Firmanın fəaliyyət xarakteri.

Deməli, həm ixracatçının, həm də idxalçının ilkin mərhələdə ən zəruri vəzifəsi kontragentin axtarılması və seçilməsidir. Belə ki, kontragentin düzgün və etibarlı seçilməsi çox vacib və mürəkkəb məsələdir. Bu, sövdələşmənin xarakterindən, predmetindən, kontraktın bağlandığı və yerinə yetirildiyi ölkədən, bazarın tutumundan və s. asılıdır. Beləliklə, sövdələşmənin bağlanmasına hazırlıq mərhələsində təklif olunan kontragentin seçilməsi və onunla əlaqə yaradılması həyata keçirilir.

Yuxarıda qeyd edilənlər çərçivəsində xarici iqtisadi əməliyyat özündə aşağıdakı sənədlərin rəsmiləşdirilməsini birləşdirir:

- firmanın informasiya xəritəsi;
- xüsusi firma dosyesi;

- reklam materialları;
- oferta (sorgular);
- bildirişlər;
- razılaşmalar üçün sualların siyahısı və s.

Beləliklə, mümkün kontragentlər müəyyən edildikdən sonra, ixracatçı və idxalçı arasında əlaqələrin qurulmasına başlanılır.

3.3. İxrac sövdələşməsinin hazırlanması qaydaları

Kontragentlər arasında birbaşa əlaqələr əsasında kommersiya sövdələşmələrinin hazırlanması prosesində satıcı potensial alıcı ilə əlaqənin qurulmasının aşağıda göstərilən müxtəlif üsullarından istifadə edə bilər:

- bir və ya bir neçə mümkün xarici alıcılara bilavistə ofertanın – təklifin göndərilməsi;
- alıcının sifarişini qəbul etmək və təsdiq etmək;
- alıcının sorgusuna uyğun gələcək kontraktın konkret şərtlərinin və kontraktın proformunun göstərilməsilə birlikdə, təklifin alıcıya göndərilməsi.
- torqların təşkilatçılara tenderin təqdim edilməsi yolu ilə onların işində iştirak etmək;
- milli və beynəlxalq satış–sənaye yarmarkalarında iştirak etmək;
- konkret sövdələşmənin bağlanması üzrə danışıqların başlanması haqqında kommersiya məktubunun mümkün alıcıya göndərilməsi;
- artıq məlum olan alıcıya telefon və s.-lə kontraktın şərtlərinin razılaşdırılması nəticəsi kimi kontraktın proformunu göndərmək;
- təklif olunan məhsulların informasiya kanallarında reklamının yerləşdirilməsi, bu məhsulların əks olduğu kataloqların, pros-

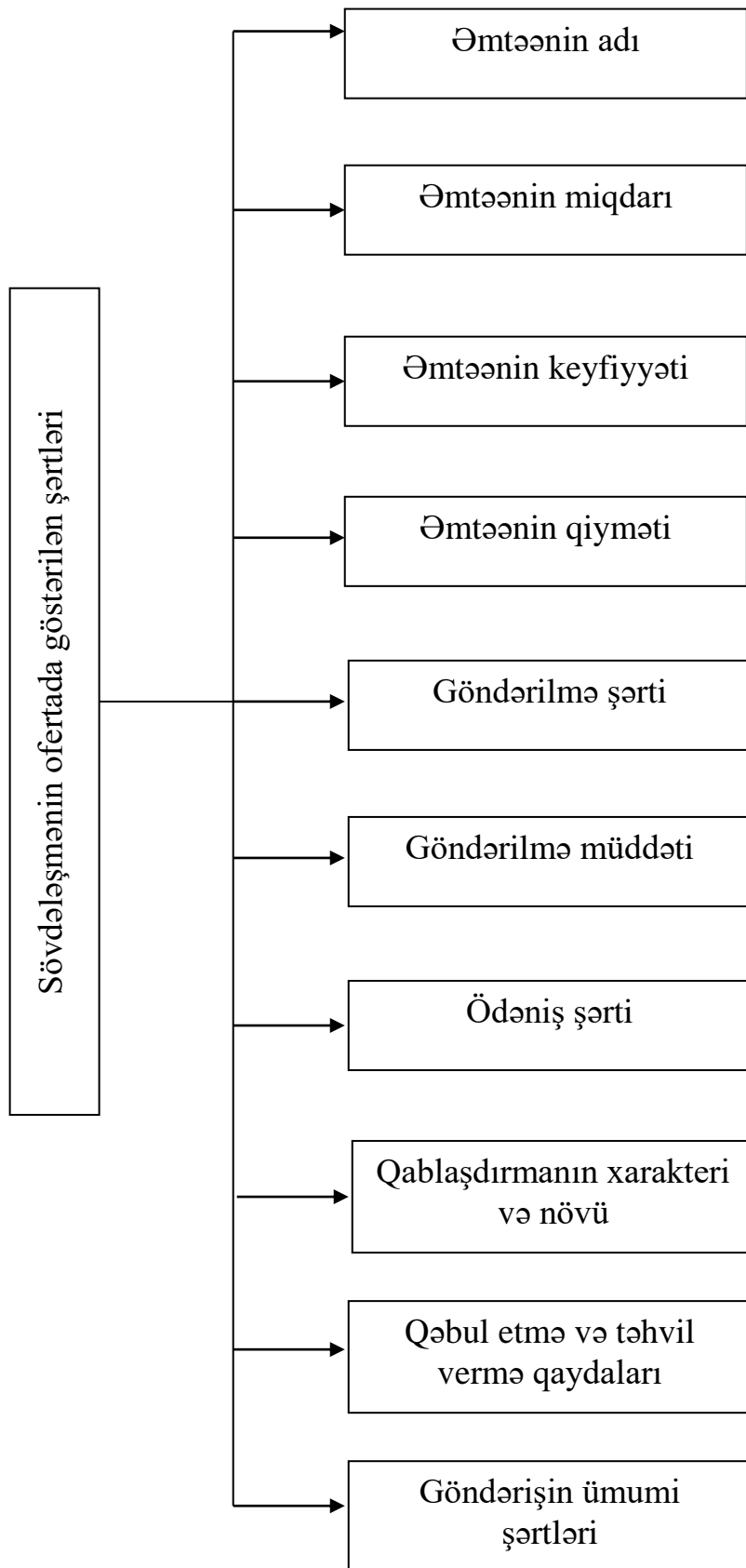
pektlərin, preyskurantların və s. potensial alıcının ünvanına göndərilməsi və idxalçının ölkəsində reklam kampaniyasının keçirilməsi.

Əgər danışıqlara başlamaq təşəbbüsü satıcıdan olarsa, onda o, nəzərdə tutulan alıcıya təklif – oferta göndərir.

Kommersiya təcrübəsində **oferta** dedikdə satıcının müəyyən şərtləri əsasında əmtəə partiyalarının satışı haqqında yazılı təklifin mümkün alıcıya göndərilməsi başa düşülür. Belə təklifi göndərən şəxs və ya firma **oferent** adlanır. Oferta özündə bağlanacaq sövdələşmənin bütün əsas şərtlərini: əmtəənin adı, miqdarı, keyfiyyəti, qiyməti, göndərilmə şərti və müddəti, ödəniş şərti, qablaşdırmanın xarakteri, təhvil-təslim qaydaları və mal göndərmənin ümumi şərtlərini əks etdirir (şəkil 3.2). Ofertanın məzmunu, adətən, qısa, qəti və aydın olur. Ancaq oferta yuxarıda qeyd edilən bütün şərtləri həmişə özündə əks etdirməyə də bilər.

Beynəlxalq ticarət təcrübəsində əsasən iki növ ofertadan: qəti müəyyən edilən və sərbəst ofertadan istifadə olunur. Ofertada onun növü haqqında uyğun qeyd olmalıdır.

Qəti oferta (firm offer) oferent tərəfindən mümkün konkret bir alıcıya cavabın alınması müddəti göstərilməklə (belə ki, bu müddətdə satıcı öz təkliflə bağlı olmaqla, başqa alıcıya anoloji təklifi edə bilməz), müəyyən əmtəə partiyasının satışı barəsində göndərilən yazılı təklifdir. Əgər alıcı ofertanın bütün şərtlərilə razıdırsa, onda o, satıcıya poçt, teleqrafla və s. sözsüz aksept (yəni, satıcının qəti ofertasının bütün şərtlərini dəyişmədən qəbul edilməsi haqqında razılıq) adlanan yazılı təsdiq göndərir. Qeyd etmək lazımdır ki, qəti oferta satıcı üçün sərəfəli deyil və adətən, belə təklif stabil alıcıya göndərilir. Əgər alıcı satıcının ofertasının bir və ya bir neçə şərti ilə razı deyilsə onda o, satıcıya onun təklifinə cavab və ya **kontroferata** (öz şərtlərini və cavabın müddətini göstərməklə) göndərir.



Şəkil 3.2. Ofertada göstərilən şərtlər

Əgər alıcının göndərdiyi cavab təklif olunan sövdələşmənin şərtlərini mahiyyətə çox da dəyişməyən əlavə və fərqli şərtləri özündə əks etdirirsə və həmçinin satıcı bu fərqli şərtlərə yubanmadan razılığını verirsə, onda alıcının belə cavabı da **aksept** sayılır. Qeyd etmək lazımdır ki, oferta və akseptlə bağlı ölkələrin milli qanunvericiliyi ilə təsdiq oluna bilən bəzi fərqli xüsusiyyətlər, tələblər də ola bilər. Ancaq bu istiqamətdə əmtəələrin alqı-satqısının beynəlxalq müqavilələrinin bağlanması üçün oferta və akseptin tətbiqini tənzimləyən beynəlxalq normalar və prinsiplər, razılaşmalar əsas götürülür.

Beləliklə, satıcı kontrofertanın bütün şərtlərilə razıdırsa, onda onu akseptləşdirir və bu barədə yazılı surətdə alıcını məlumatlandırır. Əgər satıcı kontrofertanın şərtlərilə razı deyilsə, onda ya o özünü oferta üzrə olan öhdəlikdə sərbəst hesab edir və alıcıya bunun barəsində yazılı məlumat verir. Yaxud da satıcı alıcıya yeni şərtlərdə yeni oferta göndərir və bu proses bütün şərtlər üzrə razılıq əldə edilənə qədər davam etdirilir.

Ofertada göstərilən müddətdə alıcıdan cavabın alınmaması təklif olunan şərtlərdə sövdələşmənin bağlanmasına rədd cavabı kimi qəbul edilir və satıcını təklif olunan sövdələşmədən azad edir. Bu səbəbdən də, əksər hallarda satıcı qəti yazılı təklifi – ofertanı göndərmişdən qabaq, sövdələşmənin ayrı-ayrı şərtlərini alıcı ilə qabaqcadan razılaşdırır.

Sərbəst oferta – (free offer), adətən, əmtəələrin müəyyən partiyası üçün eyni zamanda bir neçə mümkün alıcılarla həyata keçirilən ofertadır. Sərbəst oferta cavab üçün müddət qoymur və buna görə də oferenti öz təklifinə bağlamır. Dünya bazarında daha çox sərbəst ofertadan istifadə olunur. Sərbəst oferta, adətən, 5-6 mümkün alıcıya göndərilir və satıcıya sərbəst ofertanı akseptləşdirən alıcını seçməyə imkan verir. Oferta göndərilən bu 5-6 alıcıdan biri seçilir və yerdə qalanlarından isə yazılı surətdə üzr istənilir. Bu müştərilər firmanın

alıcıları siyahısına əlavə edilir və sonralar ondan əmtəəni almaq imkanına malik olurlar. Sərbəst oferta alıcı üçün əlverişli deyil, belə ki, kontroferata göndərməklə belə, onun almaq istədiyi əmtəənin mülkiyyətçisi olmağa tam ümidi olmur.

Aksept ümumi qaydalara görə, alıcının razılığının oferent tərəfindən alınmasından sonra qüvvəyə minmiş hesab edilir. Alıcı tərəfindən gecikmə ilə göndərilən aksept öz qüvvəsində o halda qalır ki, oferent yubanmadan bu haqda alıcını məlumatlandırmalıdır.

Bəzən oferta faktiki əmtəənin satılması məqsədini daşımır. O, bu halda inhisar birlikləri arasında bazarların razılaşdırılmamış şəkildə bölünməsi üçün istifadə olunur. Beynəlxalq kommertiya təcrübəsində belə oferta müdafiə xarakterli kimi qəbul edilir.

Qəti və sərbəst ofertadan başqa, **nəşr olunmuş ofertadan** istifadə olunur. Bu halda rəsmi təklif kütləvi informasiya vasitələrində yerləşdirilir.

İxrac sövdələşməsinin hazırlanmasının digər geniş yayılmış üsulu alıcıdan alınan sifariş şərtlərinin öyrənilməsi və ya onun təsdiqi və yerinə yetirilməsinə qərarın qəbul edilməsi və yaxud da bu sifarişin (hətta bunun səbəbi göstərilmədən belə) rədd edilməsi adlanır.

Sifarişin təsdiqi - sifariş şərtlərinin danışıqsız qəbulu haqda ixracatçının məlumatını özündə əks etdirən kommertiya sənədidir. Sifarişin nümunələri kimi aşağıdakıları qeyd etmək olar:

1. “Yükqaldırma qabiliyyəti 40 tona qədər olan 60 torpaqqazan maşının göndərilməsi haqqında sizin sifarişinizin alınmasını təsdiq edirik və onu icra edilməsi üçün qəbul edirik. Sizin sifarişiniz bizim tərəfimizdən bütün şərtləri ilə və razılaşdırılan müddətdə yerinə yetiriləcək.”

2. “Yükqaldırma qabiliyyəti 40 tona qədər olan 60 torpaq qazan maşının göndərilməsi haqqında sizin sifarişinizin alınmasını təsdiq edirik və onu icra etməyə qəbul edirik”.

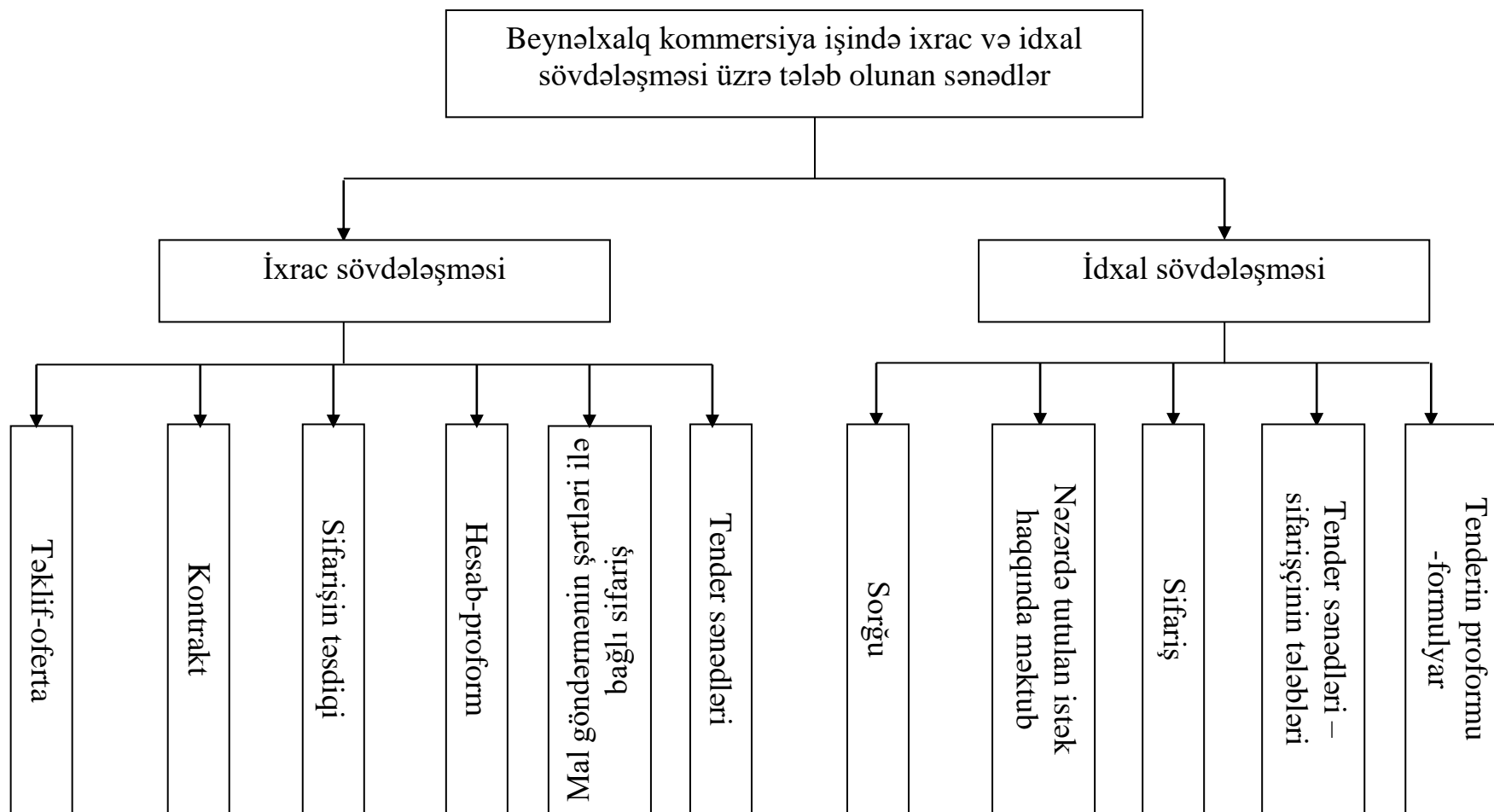
Əgər danışıqlara başlamaq təşəbbüsü alıcı tərəfindən olarsa, onda onun satıcıya təklifi (ofertanın) göndərilməsi xahişi ilə olan müraciəti **sorğu** adlanır. Sorğunun əsas məqsədlərindən biri odur ki, ixracatçı firmalardan rəqabət təkliflərinin alınması, təhlil nəticəsində onlardan daha yaxşısını seçməyə imkan verir. Bunun üçün sorğular, adətən, bir firmaya deyil, müxtəlif ölkələrin verilən sahələrdə öz aralarında rəqabət edən bir neçə firmasına göndərilir. Sorğuda lazım olan əmtəənin dəqiq adı, onun keyfiyyəti, növü, miqdarı göstərilir. Sorğunun əsas elementi kimi alıcı üçün arzu olunan əmtəənin göndərilmə vaxtının qeyd edilməsi çıxış edir. Sorğuda həmçinin alıcının təklifi hansı müddətə qədər gözləməsi də göstərilə bilər.

Satıcı öz məhsullarının istehlakçılarının uyğun informasiya mənbələrini müəyyən etdikdən sonra, onlara mümkün sövdələşmə haqqında danışıqların aparılması təkliflə **kommersiya məktubu** göndərə bilər.

Sənaye-satış sərgiləri və yarmarkalarında firmaların iştirakı tək-cə buraxılan məhsullar üzrə firmaların nailiyyətlərini göstərmək deyil, həm də kommersiya kontraktlarının bağlanması ilə əlaqədardır. Yarmarka və sərgilərdə bağlanan kontraktların əsas növü – göstərilən nümunə (həmçinin, çertyoj, model, kataloq) üzrə əmtəənin sonradan göndərilməsi şərti ilə sövdələşmənin həyata keçirilməsidir. Burada bağlanan sövdələşmənin digər növü nümayiş etdirilən eksponatın – nümunənin birbaşa satışdır. Belə sövdələşmə, adətən, sərginin və ya yarmarkanın başa çatmasından sonra, əldə olunan əmtəənin alıcı tərəfindən birbaşa sərgidən öz mülkiyyətinə götürülməsi şərtində bağlanılır.

Beləliklə, ixrac sövdələşməsi üzrə sənədlər aşağıdakılardır (şəkil 3.3):

1. Təklif oferta – kontraktın bağlanması üçün təklif olunan əmtəə ilə bağlı bütün şərtlərin təsvir olunduğu sənəddir.



Şəkil 3.3. İxrac və idxal sövdələşməsinin hazırlanması üzrə sənədlər.

2. **Kontrakt** - alıcı-satıcı arasında əmtəənin göndərilməsi haqqında razılıq sənədidir. O, sifariş sənədinə oxşardır.

3. **Sifarişin təsdiqi** – sifarişin yerinə yetirilməsi öhdəliklərini və şərtlərinin qəbulunu təsdiq edən sənəddir.

4. **Hesab-proform** - son hesablaşma üçün özündə bütün informasiyanı əks etdirən, ancaq ödəniş üçün əsas hesab edilməyən sənəddir.

5. **Mal göndərilməsinin şərtləri, qaydaları ilə bağlı sifariş.**

6. **Tender** – torqlarda iştirak edən sifarişçinin texniki şərtlərdə əks olunan konkret tələblərə cavab verən, həmçinin, orada qeyd edilən göstəricilərin yerinə yetirilməsi barədə oferentin razılığını təsdiqləyən və işin dəyərini özündə əks etdirən oferentin təklifidir.

7. **Kontrakt** - alıcı-satıcı arasında əmtəənin göndərilməsi haqqında razılıq sənədidir. O, sifariş sənədinə oxşardır.

8. **Sifarişin təsdiqi** – sifarişin yerinə yetirilməsi öhdəliklərini və şərtlərinin qəbulunu təsdiq edən sənəddir.

9. **Hesab-proform** - son hesablaşma üçün özündə bütün informasiyanı əks etdirən, ancaq ödəniş üçün əsas hesab edilməyən sənəddir.

10. **Mal göndərilməsinin şərtləri, qaydaları ilə bağlı sifariş.**

11. **Tender** – torqlarda iştirak edən sifarişçinin texniki şərtlərdə əks olunan konkret tələblərə cavab verən, həmçinin, orada qeyd edilən göstəricilərin yerinə yetirilməsi barədə oferentin razılığını təsdiqləyən və işin dəyərini özündə əks etdirən oferentin təklifidir.

3.4. İdxal sövdələşməsinin hazırlanması qaydaları

Kontragentlərlə birbaşa əlaqələrə əsaslanan idxal sövdələşmələrinə hazırlıq prosesində alıcı potensial satıcı ilə kontaktın - əlaqənin yaradılması üçün aşağıdakı üsullardan istifadə edə bilər:

- potensial və ya məlum satıcıya sifarişin göndərilməsi;
- idxalçını maraqlandıran əmtəələr haqda istehsalçıya sorğunun göndərilməsi;
- firmaların iştirakının təmin edilməsi üçün onların dövlət olunduqları torqların elan edilməsi;
- potensial ixracatçıya onun reklam və informasiyasına və ya təklifinə cavab olaraq kommersiya məktubunun göndərilməsi.
- ixracatçının təklifinin qəbulu haqqında sözsüz akseptin ona göndərilməsi.

Birbaşa idxal sövdələşməsinin hazırlanmasının ən geniş yayılmış forması idxalçını maraqlandıran əmtəə barəsində istehsalçıda sifarişin yerləşdirilməsidir.

Sifariş alıcının sifariş olunan əmtəənin hazırlanması, həmçinin xarici ticarət sövdələşməsi üçün lazım olan bütün şərtlərinin ətraflı göstərdiyi kommersiya sənədidir. Təcrübədə sifariş, adətən, stabil kontragentə verilir. Sifarişdə il, sifarişin predmeti, bir əmtəənin qiyməti, əmtəə partiyasının ümumi qiyməti, göndərilmə vaxtı, ödəniş şərtləri, alıcı və satıcının imzaları göstərilir. Sifarişə əmtəələrin konkret xarakteristikaları göstərilən siyahı da (spesifikasiya) əlavə edilə bilər. Sifariş əsasında mürəkkəb və unikal avadanlıqlar, təyyarələr, gəmilər göndərilir. Bu zaman idxalçı – alıcı avans formasında malların qismən maliyyələşdirilməsini həyata keçirir.

İdxalçı-alıcı satıcının elanına və ya digər reklam növünə onun ofertasına sorğu və ya ofertaya daxil edilməsi təklif olunan dəqiqləşdirici sualların olduğu kommersiya məktubunu, həmçinin əmtəənin alınma tarixini göndərməklə, reaksiya və yaxud cavab verə bilər. Əgər, hətta idxalçı ixracatçının məhsulunun qiymətilə tanışdırsa, onda bu halda da o, ixracatçının qiymətdə güzəşt etməsi barəsində ona razılıq sorğusu göndərə bilər.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdən olan alıcılar idxal kontraktlarını, xüsusilə maşın və avadanlığa olan kontraktları hazırlayarkən torqlardan geniş istifadə edirlər.

Beləliklə, idxal sövdələşməsinin hazırlanması üzrə sənədlər və onların qısa xarakteristikaları aşağıdakılardır (şəkil 3.3):

1. Sorğu - təklifin alınması məqsədilə gələcək mal göndərənə ünvanlanan və mal göndərilməsi ilə bağlı olan, həmçinin malların bir neçə arzu olunan şərtləri göstərilən və bu malları almaq arzusunda olan tərəfin verdiyi sənəddir.

2. Nəzərdə tutulan istək-fikir haqqında məktub – bu sənədin köməyi ilə alıcı prinsipçə təklifin qəbul edilməsi haqqında satıcıyı məlumatlandırır və kontraktın bağlanması ilə bağlı danışıqlara başlanmasına hazır olduğunu bildirir.

3. Sifariş – bu sənəd ilə alıcı satıcı ilə konkret sövdələşməyə girir. Burada konkret şərtlər verilməklə, razılaşdırılmış əmtələr göstərilir. Bu sənədə aşağıdakılar əlavə edilir:

– sifariş olunan əmtənin mal göndərilməsi ilə bağlı şərtlər ekspeditor üçün nəzərdə tutulan qaydaların göstərildiyi yola salınma qaydası haqqında sənəd;

– nəqliyyat, ekspeditorun adı, ünvanı, telefonu, daşıyıcının adı və s. ilə bağlı olan qablaşdırma üzrə sənəd;

4. Tender sənədləri – torqlarda gözlənilən təklifin məzmununa münasibətdə sifarişçinin tələblərini müəyyən edir. O özündə aşağıdakıları birləşdirir:

– tender şərtləri, tenderin proformu, tenderin keçirilməsi şərtləri, texniki-iqtisadi sənədlər, işlərin həcmi və növləri və s.

– sifarişçinin tender şərtlərinin məzmunundan ibarət olan və tender iştirakçılara ünvanlanan konkret tələbləri: əmtənin adı və miqdarı, onun texniki-iqtisadi xarakteristikaları, əsas kommersiya və

texniki şərtləri, göndərilmə müddəti, ödəniş şərti, qiymətləri, arbitraj şərti, cərimə və zəmanətlər.

5. Tenderin proformu – oferent tərəfindən doldurulan və təsdiq edilən formulyar – xüsusi sənəddir. Bu zaman o, tender sənədlərinin ümumi və xüsusi şərtlərinə uyğun olaraq işlərin yerinə yetirilməsi üzrə bütün öhdəlikləri öz üzərinə götürür.

3.5. Beynəlxalq kommersiona kontraktlarının bağlanması və ilkin danışıqların aparılması

Alqı-satqı kontraktlarının bağlanması qaydaları. Xarici iqtisadi, beynəlxalq kommersiona əməliyyatlarının həyata keçirilməsinin ikinci əsas mərhələsi alqı-satqı kontraktlarının və yaxud xarici iqtisadi sövdələşmənin (bununla bağlı uyğun sövdələşmələrin) bağlanmasıdır. Bu mərhələ özündə aşağıdakı qaydaları birləşdirir:

1. İlkin danışıqların aparılması.
2. Ofertanın alıcı tərəfindən akseptləşdirilməsi.
3. Kontrakt layihəsinin hazırlanması.
4. Kontraktın şərtlərinin razılaşıdırılması.
5. Kontraktın imzalanması.
6. Yüklərin daşınması, ekspedisiyası və sığortalanması üzrə lazımi müqavilələrin bağlanması.

Xarici iqtisadi, o cümlədən beynəlxalq kommersiona əməliyyatlarının həyata keçirilməsi texnikası ikinci mərhələdə aşağıdakı sənədlərin rəsmiləşdirilməsini zəruri edir.

- kontragentlərlə yazışma;
- kontrakt.

Qeyd edilənlərdən görüldüyü kimi, alqı-satqı kontraktlarının bağlanması ilkin ticarət danışıqlarının aparılmasından başlayır.

İlkin danışıqların aparılması. Müqavilə münasibətlərinin qurulması həmişə ilkin danışıqlardan ibarət müqavilə qabağı dövrdən başlayır və alqı-satqı kontraktlarının bağlanması sonrakı mərhələləri reallaşdırılır.

Kommersiya danışıqlarına vaxtında başlamaq lazımdır. Danışıqların aparılmasına hazırlıq, adətən, danışıqların planının tərtibindən başlayır. Bu plan özündə aşağıdakıları birləşdirir:

1. Hər iki tərəfdən nümayəndələrin tərkibi – adları və onların vəzifələrinin səviyyələri. Əgər danışıqlarda iri miqyaslı sövdələşmənin aparılması sualları müzakirə olunarsa, onda nümayəndənin tərkibinə aşağıdakılar daxil olurlar:

- nümayəndənin rəhbəri;
- texniki suallar üzrə məsləhətçi;
- iqtisadi məsələlər üzrə məsləhətçi;
- reklam üzrə məsləhətçi;
- maliyyə məsələləri üzrə məsləhətçi;
- hüquqi məsələlər üzrə məsləhətçi.

Əgər danışıqlar iki-üç kiçik firma arasında keçirilərsə, onda nümayəndənin tərkibi üç nəfərdən ibarət ola bilər.

2. Danışıqların yeri, tarixi və davam etmə müddəti.

3. Kontragent qarşısında sualların qoyuluşu və onun kontraktlərinin olması halı üçün alternativlər.

4. Öhdəliklərin nümayəndələrin üzvləri arasında bölüşdürülməsi.

5. Danışıqların gedişində sadələşdirmələr və danışıqlardan sonra qəbul.

Gözlənilən sövdələşmədən qabaq aparılan danışıqlarda sövdələşmənin əsas şərtləri – **sövdələşmənin müddəaları** razılaşdırılır. Bu danışıqlar yazılı formada (poçt, teleqraf, teletayp), şəxsi görüşlər kimi və telefonla, həmçinin internetlə aparıla bilər. Müqavilə qabağı müddətdə tərəflər daha çox sayda şərtlərin dəqiqləşdirilməsinə can

atırlar. Bu da müqaviləyə dəqiq və konkret forma verməyə imkan verir. Kommersiya təcrübəsində danışıqların ən geniş yayılmış forması **yazışmalardır**. Danışıqların aparılmasına təşəbbüs həm alıcı, həm də satıcı tərəfindən ola bilər. Əvvəllərdə qeyd edildiyi kimi, alıcı satıcının elanına və ya digər reklam növünə əsaslanaraq fəaliyyətə başlayır, ya da ofertanı və ya təklif olunan əmtəə partiyasını göndərmək sorğusu ilə ona tanış olan firmaya müraciət edir. Satıcı öz xüsusi təşəbbüsü əsasında da mümkün alıcı kimi firmaya ofertanı göndərə bilər. Yazışma üsulundan **sifariş** və **sorğu** əsasında bağlanan sövdələşmələr zamanı da istifadə olunur. Sifarişin verilməsi yolu ilə bağlı olan xarici ticarət sövdələşmələrinin əsas üstünlüyü onların operativ (sifarişin teleqraf, teletayp və s. ilə göndərilməsilə bağlı olaraq) və səmərəli (belə ki, yazışmalar ixtisar olunur, şəxsi danışıqlar üçün gedişlərə görə xərclər azalır və s.) olmasıdır.

Mümkün kontragentlə şəxsi görüşlər yolu ilə danışıqların aparılması, adətən, ixracatçı tərəfindən təklif olunan ofertanın və yaxud idxalçı tərəfindən göndərilən sorğunun şərtləri tamamilə uyğun olmayan hallarda həyata keçirilir. Əgər təklif olunan sövdələşməni hər iki tərəf bağlamaqda maraqlıdırsa, onda onlardan birinin təşəbbüsü ilə sorğunun və ya alınan təklifin bu və ya digər şərtlərini öz xeyrinə dəyişmək məqsədilə onlar danışıqlara başlayırlar.

Danışıqlar zamanı kontragentlər sövdələşmənin şərtlərini daha ətraflı müzakirə edir və dəqiqləşdirirlər.

Şəxsi danışıqlar, əsasən, yarmarka və sərgilərdə kontragentlər tərəfindən təklif olunan əlaqələrin qurulması, iri həcmli əmtəə sövdələşmələrilə bağlı kontraktların bağlanması zamanı və s. istifadə olunur.

Bəzən kontraktın bağlanması üzrə yazışmalar üç-dörd ay davam edirsə, şəxsi görüşlər zamanı isə sövdələşmələr 2-3 günə imzalana bilər. Təcrübə göstərir ki, öz əsas kontragentlərilə müntəzəm və

davamlı şəxsi əlaqələri və danışıqları olan firmalar işgüzar münasibətlərdə daha çox uğur qazanırlar.

Telefonla danışıqlar isə, əsasən, kütləvi standart əmtəələr üzrə sövdələşmələrin bağlanması zamanı istifadə olunur. Bu zaman adətən sövdələşmələrin əsas şərtləri nümunəvi formada olur və onlar əvvəlcədən alıcı və satıcıya məlum olur. Bu halda telefonla danışıqlarda ancaq qiymət, əmtəənin miqdarı və göndərilmə vaxtı razılaşdırılır. Nəticədə tərəflər öz danışıqlarını yazılı rəsmiləşdirirlər.

Birja ticarətində telefonla danışıqlar sövdələşmənin bağlanması üzrə danışıqların aparılmasının əsas forması kimi çıxış edir. Çox vaxt telefon danışıqlarından əvvəlki kontraktın şərtlərində sövdələşmənin bağlanması zamanı oferent tərəfindən təklif olunan şərtlərin təsdiqi üçün istifadə edirlər. Telefon danışıqları idxalçı və ixracatçı arasında əlaqələrin qurulmasını əhəmiyyətli dərəcədə asanlaşdırır.

Müqavilə qabağı danışıqlar dövründə, adətən, kontragentlər tərəfindən əldə edilən, razılaşdırılan **müqavilənin layihəsi** tərtib olunur. Kontraktın layihəsi bir kontragent tərəfindən tərtib olunur, qarşı tərəf vasitəsilə isə ətraflı öyrənilir. Bundan sonra kontraktın son variantı hazırlanır.

Maşın və avadanlıqların kontrakt qabağı danışıqlar müddəti uzun çəkir. Çünki bu zaman kontrakta əlavə edilən və onun ayrılmaz hissəsi olan texniki-iqtisadi şərtlər ətraflı öyrənilir və razılaşdırılır. Çox vaxt bu şərtləri mühəndis-məsləhət firmalarının köməyi ilə alıcı işləyir və onu satıcıya təklif edir. Yalnız bundan sonra kontraktın kommersiya şərtləri haqqında danışıqlar başlayır. Belə danışıqlar çox vaxt **kommersiya danışıqları** adlanır.

3.6. Beynəlxalq kommersiya kontraktlarının bağlanması üsulları

Nəzərdə tutulan sövdələşmənin bütün şərtlərinin razılaşdırılmasından sonra kontraktın bağlanması həyata keçirilir. Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində ixrac-idxal sövdələşməsinin bağlanması üçün müxtəlif üsullardan (vasitələrindən) istifadə olunur:

1. Kontragentlərin iştirak etdiyi kontraktın imzalanması. Alqı-satqı kontraktı o zaman sona çatmış hesab olunur ki, kontragentlər tərəfindən lazımi şəkildə imzalanmış və burada onların hüquqi ünvanları göstərilmişdir. Kontrakt yalnız belə sənədləri imzalamaq hüququ olan şəxs tərəfindən təsdiqlənə bilər. Əks halda o hüquqi sənəd hesab edilə bilməz. Ticarət praktikasında çox hallarda beynəlxalq ticarət sövdələşməsinin iştirakçıları kimi iki və daha çox tərəf çıxış edir. Onların müqavilə münasibətləri ya bütün iştirakçılar tərəfindən vahid sənədin, məsələn üçtərəfli razılaşmanın imzalanması yolu ilə rəsmiləşdirilə bilər, ya da bir neçə ikitərəfli kontraktın məzmununda onların hər birinin digər kontraktlarla əlaqəsi olması istisna olunmaqla, bu kontraktları imzalamaq yolu ilə rəsmiləşdirilə bilər.

Əgər kontraktın iştirakçıları iki tərəf təşkil edərsə, onda, adətən, kontrakt onlar tərəfindən iki nüsxədə imzalanır və onlardan hər biri kontraktın bir nüsxəsini alır.

Əgər kontraktı imzalayan tərəflərin sayı ikidən artıqdırsa, onda kontrakt bir neçə nüsxədə tərtib olunur və onun hər biri kontragentlər tərəfindən imzalanır.

Əgər tərəflər bir inzibati yerdədirərsə, kontrakt eyni zamanda hər iki tərəfdən imzalanır. Yox, əgər, onlar başqa-müxtəlif coğrafi ərazilərdə yerləşirsə, əvvəl bütün nümunələri hər tərəf imzalayır və onu o biri tərəfə göndərir və daha sonra digər tərəf bütün nümunələri imzalanmış şəkildə birinci tərəfə göndərir.

2. Satıcının qəti ofertasının razılaşdırılmış müddətdə alıcı

tərəfindən sözsüz akseptləşdirilməsi. Əgər alıcı ofertanın bütün şərtlərilə razıdırsa, onda o satıcıya özündə sözsüz aksepti əks etdirən yazılı təsdiqnamə göndərir. Burada bütün şərtlərin dəyişdirilmədən qəbul edilməsi razılığы göstərilir.

Əgər təklifə cavab olan aksept özündə göndərilən təklifin mahiyyətini dəyişməyən əlavə və ya fərqli şərtləri əks etdirirsə və əgər oferent yubanmadan bu fərqlərə etiraz etmədiyini bildirirsə, onda bu cavab aksept kimi qəbul edilir. Əgər o bunu etməsə, onda müqavilənin şərti kimi satıcının akseptin məzmununa uyğun dəyişikliklər edilmiş təklifi qəbul olunacaq.

3. Alıcının kontrofertasının satıcı tərəfindən akseptləşdirilməsi. Əgər alıcı təklifi əsaslı surətə dəyişdirə bilən bir və ya bir neçə şərtlərlə razı deyilsə, onda o, satıcıya öz şərtlərini və cavab üçün müddət göstərdiyi kontrofertanı göndərir. Təklifi dəyişə bilən əsas meyarlar aşağıdakılardır: qiymət, miqdar, keyfiyyət, göndərilmənin yeri və müddəti, mübahisələrin həlli qaydaları, bir tərəfin digər tərəf qarşısındakı məsuliyyətinin həcmi.

Əgər satıcı kontrofertanın bütün şərtlərilə razıdırsa, onda o, onu akseptləşdirir və bu haqda yazılı şəkildə alıcıya bildirir. Yox, əgər satıcı kontrofertanın şərtlərilə razı deyilsə, yenə də yazılı şəkildə bu barədə alıcıya bildirir və bununla o öz öhdəliyindən azad olur, ya da alıcının təklif etdiyi şərtləri nəzərdə tutan yeni oferta göndərir.

4. Sərbəst oferta şərtilə (alıcının kontrofertası) alıcının yazılı razılaşmasının satıcı tərəfindən akseptləşdirilməsi.

Bu razılıq lazımi şəkildə rəsmiləşdirilməli və müəyyən edilmiş müddətdə göndərməlidir. Satıcı o alıcının kontrofertasını akseptləşdirir ki, ondan əvvəllər bu sənədi alıb və artıq onu tanıyır, ya da ona üstünlük verir. Əgər təşəbbüs alıcıdan olarsa, o alınan təklifin emalı və yığılması üçün potensial malgöndərənlərə sorğу göndərir. Rəqa-

bət edənlər arasından malgöndərənin seçilməsi dörd kriteriya üzrə həyata keçirilir:

- firmanın tanınma səviyyəsi (reputasiyası);
- qiymət;
- avadanlığın elmi-texniki səviyyəsi və keyfiyyət;
- göndərmənin və yerinə yetirilən işlərin müddəti.

5. Alıcı tərəfindən göndərilən sifarişin təsdiqi.

Bu halda sövdələşmə 2 sənədlə rəsmiləşdirilir:

- a) alıcının sifarişi;
- b) malgöndərənin təsdiqi.

Sifarişdə alıcı ətraflı şəkildə sifariş olunan əmtəənin hazırlanması, həmçinin xarici ticarət sövdələşməsinin bağlanması üçün bütün şərtləri ətraflı göstərir. Belə sövdələşmə, adətən, uzun müddət işgüzar münasibətləri olan kontragentlər tərəfindən həyata keçirilir. Ona görə də sifarişdə ancaq aşağıdakı əsas şərtlər göstərilir: əmtəə, miqdarı, göndərilmənin vaxtı və qiyməti. Sifarişlər, adətən, mürəkkəb avadanlıqlar üçün həyata keçirilir. Bu halda alıcı, adətən, kifayət qədər böyük məbləğdə satıcıya avans formada maliyyələşdirir. Mahiyyətə belə məhsullar satıcı hesabına yaradılır (məsələn, təyyarə, atom reaktoru və s.).

6. Kontragentlər arasında əvvəlcədən əldə edilmiş şəxsi danışıqların təsdiqinin məktub formasında mübadiləsi.

Məktubda sövdələşmənin bütün əsas şərtləri təsdiqlənir və bu sövdələşmə hər iki tərəfə məlum olan ümumi şərtlərə və ya əvvəlki kontrakta əsaslanır.

3.7. Beynəlxalq kommertiya kontraktının bağlanması forması və qüvvəyə minməsi

Beynəlxalq kommertiya kontraktının bağlanmasının əsasən iki forması mövcuddur: yazılı və şifahi. Ancaq bəzi hallarda alqı-satqı

kontraktları qismən yazılı və qismən şifahi formada da bağlana bilər. Şifahi forma kontraktın bağlanması haqqında tərəflərin şifahi razılığının, danışıqlarının mövcud olmasına əsaslanır. Yazılı forma isə tərəflərin istəklərinin əks olunduğu, hər iki kontragent tərəfindən imzalanmış vahid sənədin mövcudluğu ilə əlaqədardır.

Vyana konvensiyası beynəlxalq kommərsiya kontraktının bağlanmasının istənilən formasını, o cümlədən şifahi formasını nəzərdə tutur. Ancaq bir çox ölkələrin milli qanunvericiliyi beynəlxalq kommərsiya kontraktının bağlanmasının yazılı formasının mütləq olmasını tələb edir. Belə ki, həm kontraktın özünün, həm ofertanın, həm də akseptin və istənilən digər istəklərin ifadə olunmasının yazılı formada olması mütləq tələb olunur.

Kontraktın bağlanması forması ilə əlaqədar, sövdələşmənin formasının aşağıdakı istiqamətlərdə təzahür edən hüquqi əhəmiyyətini qeyd etmək lazımdır:

a. kontraktın forması kontragentlərin istəklərini qeyd edərək onları əks etdirir;

b. hər hansı başqa bir hüquqi münasibətin meydana gəlməsi zamanı bu forma müqavilənin bağlanmasının təsdiqini bildirir.

c. kontraktın forması sövdələşmənin həqiqiliyinin əsas şərtlərindən biri kimi çıxış edir.

Kontrakt bütün növ danışıqların, razılışmaların hüquqi formasıdır. Kontraktın yazılı forması onun bir çox vacib bəndlərini (qiymət, göndərilmə şərtləri və s.) özündə əks etdirir. Çünki, onların bir və ya bir neçəsinin kontraktın qeyd edilən şərtlərdən kənarlaşması sövdələşmənin pozulmasına gətirib çıxarır. Bütün qeyd olunanlar kontraktın bağlanmasının yazılı formasında öz əksini taparaq hüquqi bazaya malik olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, kontraktın bağlanmasının yazılı formada olması onun layihəsinin tərəflərdən biri tərəfindən tərtib

olunmasına və digər kontragent tərəfindən isə ətraflı öyrənilməsinə şərait yaradır. Bu halda danışıqlar zamanı tərəflərin faktiki razılaşmaları nəzərə alınır. Əlbəttə kontraktın layihəsilə bağlı tərəflərin hər hansı birinin razılığı olmasa, onların sonra da ümumi fikrə gəlmə prosesləri davam etdirilir və nəhayət, kontraktın son və razılaşdırılmış variantı hazırlanır.

Kontrakt üzrə tərəflərin hüquq və öhdəlikləri kontraktın bağlandığı, təsdiq edildiyi andan meydana çıxır və qüvvəyə minir. Ancaq bu an ölkələrin qanunvericiliyindən asılı olaraq müxtəlif olur. İştirakçı tərəflərin kontraktı imzalaması zamanı onun qüvvəyə minməsi razılaşan tərəflərin kontraktı imzaladığı andan (əgər sənəddə onun qüvvəyə minməsinin başqa bir müddəti göstərilməyibsə) başlayır. Beləliklə, kontraktın bağlanması tarixi elə onun imzalanması tarixi adlanır.

Yazışmalar zamanı iştirak etməyən tərəflər arasında kontraktın bağlanması anı bir çox dünya ölkələrində aşağıdakı kimi müəyyən olunur: İngiltərə, ABŞ, Yaponiya, İsveçrədə yazılı akseptin göndərildiyi an kontrakt bağlanmış hesab edilir; ancaq, Fransada, Almaniya, İtaliya və Avstriyada kontraktın bağlanması anı kimi ofe-
rentin aksepti aldığı vaxt – dövr qəbul edilir. Bu prinsiplər həm də sifarişlərin verilməsinə də aiddir.

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində sövdələşmələr şifahi formada çox vaxt telefonla, birja və hərraclarda bağlanılır. Ancaq buna baxmayaraq şifahi razılıq sonradan mütləq kontraktın yazılı forması ilə təsdiq olunur. Bu halda tərəflərin öhdəlikləri kontraktın imzalandığı andan meydana çıxır.

Beynəlxalq ticarət müqavilələri çox vaxt dövlət orqanlarının razılığından, ixrac və ya idxal lisenziyasının alınmasından, xarici subyektin xeyrinə valyuta əməliyyatının aparılması üçün icazənin əldə edilməsindən və s. asılı olaraq kontraktın qüvvəyə minməsini

əlks etdirən bəndləri də özündə əks etdirir. Əgər müqavilə bağlanıbsa və onun icrası üçün dövlət orqanları tərəfindən razılıq tələb edilsə, onda belə müqaviləyə ləngidilmə (yubadılma) şərtilə bağlanan müqavilə kimi baxmaq olar. Ancaq bağlanmış kontraktlar sonsuz olaraq şərtli xarakterə malik ola bilməz. Çünki, bu şərtlərin yerinə yetirilməsini uzun müddət gözləmək tərəflərin maraq və istəklərilə üst-üstə düşə bilməz. Bununla bağlı olaraq, kontraktda çox vaxt tərəflərdən hansı və hansı müddətə lazım olan icazəni, məsələn ixrac lisenziyasını əldə edə bilməsinin qeyd edilməsi tələb olunur. İcazənin alınması üzrə öhdəliyi olan tərəf öz öhdəliyini vaxtında almağa səy göstərməli və bu haqda belə razılığı əldə edib və ya etməməsi barədə ikinci tərəfi məlumatlandırmalıdır. Verilən icazənin ləğv edilməsi və ya müqavilənin icrası üçün uyğun dövlət orqanının qadağası (məsələn, müəyyən əmtəənin ixrac və idxalına qadağa) elan (nəşr) olunarsa, bu müqavilənin həqiqiliyinə təsir etmir, bu halda öhdəliyi olan tərəfi onun yerinə yetirilməsi üçün olan məsuliyyətdən azad edir.

IV FƏSİL. BEYNƏLXALQ ALQI-SATQI KONTRAKTLARININ NÖVLƏRİ, ŞƏRTLƏRİ, İCRASININ TƏŞKİLİ VƏ KOMMERSİYA SÖVDƏLƏŞMƏSİNDƏ XARİCİ TİCARƏT SƏNƏDLƏRİ

4.1. Beynəlxalq kommersiya fəaliyyətində nümunəvi kontraktların yeri və onların məzmunu

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində nümunəvi kontraktlardan (NK) geniş istifadə olunur. **Nümunəvi kontrakt** - yazılı şəkildə şərh olunmuş, ticarət təcrübəsi və qaydalarını nəzərə almaqla əvvəlcədən tərtib olunmuş, konkret sövdələşmənin tələblərinə uyğun razılaşıqdan sonra tərəflərin qəbul etdikləri nümunəvi müqavilə və ya bir sıra standartlaşdırılmış (eyni şəklə gətirilmiş) şərtlər toplusudur. NK yalnız müəyyən əmtələrə və müəyyən ticarət növlərinə tətbiq edilə bilər. NK aşağıdakı formalarda ola bilər:

1. İştirakçıların müqavilə kimi istifadə etdikləri sənəd ola bilər, o halda ki, onlar razılaşma tələb edən bəndləri (məsələn, tərəflərin adları, miqdar, keyfiyyət, qiymət, müddət, göndərilmə yeri) doldursunlar və onu təsdiq etsinlər

2. Təcrübədə NK-nı, adətən, alqı-satqının ümumi şərtləri də adlandırırırlar. **Alqı-satqının ümumi şərtləri** – bir qayda olaraq, müqavilə iştirakçılarının öz kontraktlarına daxil və ya istinad edə bildikləri mal göndərmənin bazis şərtlərindən asılı olaraq və ticarət təcrübəsi nəzərə alınmaqla işlənmiş müqavilənin bəndlərinin (məd-dələrinin) siyahısıdır. Ancaq təcrübədə isə daha çox iki hissədən ibarət olarn NK formalarına rast gəlmək olar: a) razılaşıdırılan NK forması və b) hər bir konkret halda dəyişməz qalan ümumi şərtləri əhatə edən NK forması. NK-lar, bir qayda olaraq, nəşriyyat üsulu ilə blanklarda tərtib olunur, belə ki, 1-ci vərəqdə **sövdələşmənin fərdi**

şərtləri, əks tərəfdə və yerdə qalan vərəqlərdə **ümumi şərtlər** nəşr olunur. Bəzən isə kontraktın bütün bəndlərində razılaşdırılan şərtlərin dəqiqləşdirilməsi üçün yer saxlanılır. NK-nın istifadəsi iki yolla həyata keçirilə bilər: birinci, razılaşan tərəflərdən birinin digər tərəfin təklif etdiyi, böyük əhəmiyyət kəsb etməyən bəndlər istisna olmaqla, dəyişməyən NK-nın son formasının (variantının) şərtlərinə sözsüz qoşulması yolu ilə; ikincisi, konkret sövdələşmənin şərtlərinə uyğun olaraq dəyişdirilə bilən NK-nın nümunə kimi qəbul edilməsi yolu ilə.

Çox vaxt kontragentlərin biri tərəfindən işlənmiş NK-lar nümunə kimi qəbul edilir və onun əsasında isə şərti razılaşdırma yolu ilə hər bir tərəfin imza etdiyi fərdi kontrakt tərtib edilir.

Nümunəvi kontraktlar daha çox aşağıdakı növ sövdələşmələrin bağlanması zamanı tətbiq olunur:

1. Standart maşın və avadanlıqlar, istehlak əmtələri;
2. Uzun müddətə göndərilən sənaye xammalı;
3. Birjalarda satılan kütləvi ərzaq malları və xammalları.

Kütləvi əmtələrin xüsusiyyətləri onların kontraktlarının şərtlərini eyniləşdirməyə (unifikasiya etməyə) imkan verir. Bundan başqa belə növ əmtələrin ticarəti, adətən, çox böyük həcməldə, iri sahə birlikləri kimi birləşən idxalçılar tərəfindən və iri miqyaslı əmtəə birjalarında reallaşdırıldığı üçün bağlanan kontraktların bir daha əsasən standart - nümunəvi formada olması zərurətini yaradır. Bu həm də sövdələşmələrin bağlanması vaxtına qənaət etməyə və verilən sahədə geniş istifadə etməyə imkan verir. NK-ya, bir qayda olaraq, müntəzəm surətdə baxılır və lazım gələrsə dəyişdirilir. Buna bir çox səbəblər, o cümlədən bazarda idxalçı və ixracatçıların qüvvələr nisbətinin dəyişməsi, ETT, ticarətin təşkilati-texniki şərtlərinin dəyişməsi və s. təsir edir.

Nümunəvi kontraktlar sahibkarlar birliyi – sahə milli birlikləri

(əsasən sənaye xammallarına), beynəlxalq sahibkarlar birliyi (buğda, meşə, xammal-dəri), əmtəə birjalarının komitəsi (buğda, yağ, şəkər, pambıq, rəngli metal, natural kauçuk), satış palataları, iri firmalar və inhisar birlikləri, BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyası tərəfindən hazırlanır.

İnhisarlaşdırılmış sahələrdə ticarət sövdələşmələri, adətən, iri kompaniyalar tərəfindən hazırlanan kontraktlar əsasında həyata keçirilir. Əgər sövdələşməyə hər birinin öz NK-sı olmaqla inhisar birliyinin iki üzvü qoşularsa, onda kontraktın şərtləri danışıqlar, müzakirələr predmetinə çevrilir və nəticədə kontraktın yeni variantı hazırlanır.

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində NK-nın hazırlanmasında müxtəlif ixtisaslaşdırılmış beynəlxalq təşkilatların, xüsusilə BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyasının (AİK) böyük rolu vardır. Bu müqavilələr əsas xarici ticarət mallarına (avadanlıqlar, taxıl - dənli, uzun müddətli istehlak məhsulları), eləcə də avadanlıqların çatdırılma və quraşdırılması qaydalarına uyğun olaraq tərtib olunmuşdur.

Kütləvi və xammal sənayesi malları üzrə kontragentlər sahə birlikləri tərəfindən hazırlanan NK-lara daha çox üstünlük verirlər. Təcrübədə hər bir kontragent geniş çeşiddə NK seçiminə malikdir. Müasir dövrdə kompleks avadanlıqların idxalı, sərqi nümunələrinin alqı-satqısı, quraşdırılma və texniki xidmət işləri üçün mütəxəssislərin ezamiyyəti üçün xüsusi NK-nın hazırlanması həyata keçirilir. AİK-in rəhbərliyi ilə NK-nın 30-dan artıq variantı, alqı-satqının ümumi şərtləri, o cümlədən aşağıdakı NK hazırlanmışdır:

- taxıl məhsullarının alqı-satqısı (16 variant, 1965-ci il);
- maşın və avadanlıqların ixracının ümumi şərtləri (1955-ci il)
- ixrac üçün uzun müddətli istehlak mallarının və digər kütləvi istehsala malik metal məmulatlarının alqı-satqısının ümumi şərtləri (1961-ci il) və s.

Beynəlxalq ticarətdə tərəflər arasında mübahisəli məsələlərin həllində böyük rol oynayan **ticarət adətləri** – hamı tərəfindən qəbul edilən, ümumi, vahid formalı konkret suala aid olan, aydın və müəyyən vəziyyəti bildirən qaydalar (onlara həmçinin “uzanslar” adlanan ticarət və ya işgüzar adətləri də, məsələn, “biz həmişə belə edirik” kimi qaydaları aid edirlər) da mövcuddur. Belə qaydalar işgüzar həyatda geniş yayılmışdır və onlar kontraktın müəyyən şərtlərinin məzmununu müəyyən edir (əgər kontraktın ticarət adətlərinin, qaydalarının tətbiqinə birbaşa göstəriş olarsa), yaxud da onlar dispoitiv (seçmə) xarakterdə ola bilərlər.

Ticarət adətlərinin cavab verdiyi tələblərə aiddir:

- ümumi qayda xüsusiyyətinə malikdir;
- öz məzmununa görə təyin olunaraq, uyğun ticarət sahəsində kifayət qədər tanınan olmalıdır.

Ticarət adətləri və qaydaları birja komitələri tərəfindən tərtib olunan birja qaydalarında, ticarət palatalarının xüsusi məcmuəsində, xarici ticarətə kömək üzrə komitənin işçi komissiyasının materiallarında (BMT çərçivəsində), NK-da və s. təsvir olunur.

4.2. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının ümumi şərtləri və növləri

Beynəlxalq kommersiya və yaxud alqı-satqı kontraktının şərtləri müqavilənin bəndlərində qeyd edilən və tərəflərin razılaşdırdığı, kontragentlərin qarşılıqlı hüquq və öhdəliklərinin məcmusudur. Kontraktı bağlayan tərəflər bazardakı vəziyyəti, ticarət qaydalarını və tərəfdaşların tələblərini rəhbər tutaraq, müqavilənin bəndlərinin bu və ya digər məzmununu sərbəst olaraq seçirlər. Ancaq kontrak uyğun aktlarla müəyyən edildiyi hallarda, şərtlərin qəbulu ilə bağlı istisnalar ola bilər.

Alqı-satqı kontraktının ümumi şərtləri əsasən iki hissəyə bölünür: əsas (zəruri) və qeyri-əsas.

Kontraktın əsas şərtləri (condition) - onun hüquqi qüvvəsini müəyyən edən şərtlərdir (beynəlxalq hüquq nöqteyi-nəzərdən bu şərt müqavilənin predmetinə aiddir).

Kontraktın qeyri - əsas şərtləri (warranty) - kontrakta daxil edilmədiyi halda onların kontraktın həqiqiliyinə xələl gətirməyən şərtlərdir. Başqa sözlə, tərəflərin qeyri-əsas şərtlərinin pozulması (əməl edilməməsi) digər tərəf üçün kontraktın pozulmasına əsas vermir. Buna baxmayaraq, onun pozulan öhdəliyin yerinə yetirilməsini və ya dəyən ziyanın ödənilməsini tələb etməyə tam hüququ vardır. Qeyd edilən şərtlər şəkil 4.1-də göstərilmişdir.

Bundan başqa, kontraktın şərtləri onların universallığı nöqtey-nəzərdən **fərdi və universal** kimi də təsnifləşdirilir. Belə ki, **fərdi şərtlərə** yalnız konkret bir müqaviləyə aid olan şərtlər: preambulada göstərilən tərəflərin adları, kontraktın predmeti, əmtəənin miqdarı, keyfiyyəti, göndərmə müddəti, tərəflərin hüquqi ünvanları və imzaları aiddir.

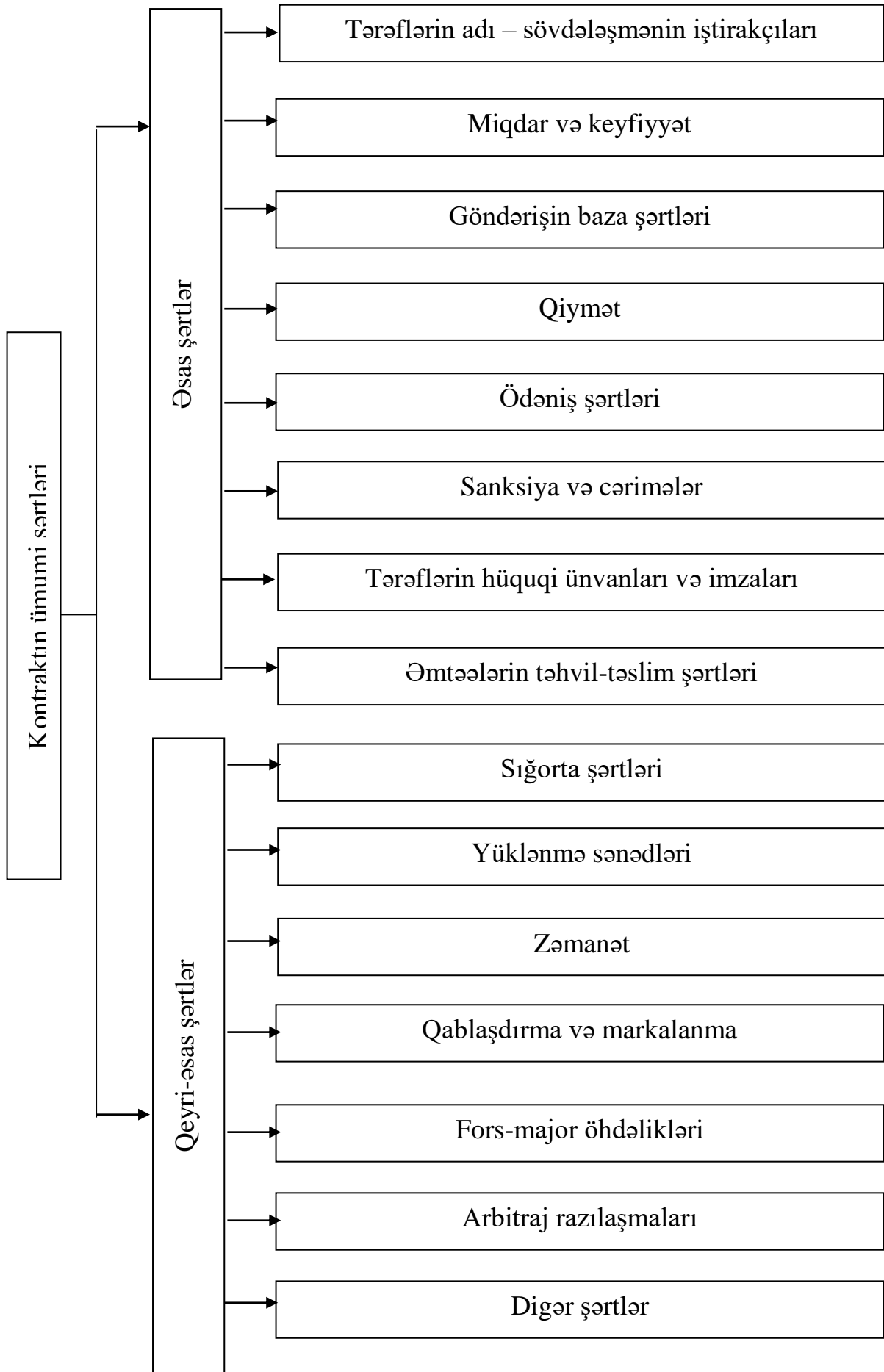
Universal şərtlərə - əmtəənin təhvil-təslim, baza, ödəniş, qablaşdırma və markalanma, zəmanət, cərimə və sanksiyalar, fors-major öhdəlikləri, arbitraj şərtləri daxildir.

Alqı-satqı kontraktının növləri. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının təsnifləşdirilməsinin əsasını təşkil edən prinsiplərdən asılı olaraq belə kontraktların aşağıdakı növlərini fərqləndirirlər:

1. Göndərişin xarakterindən və kontragentlərindən asılı olaraq aşağıdakı növ kontraktları fərqləndirirlər:

a) **birdəfəlik mal göndərmə kontraktı** – belə kontraktın yerinə yetirilməsindən sonra tərəflər arasındakı hüquqi münasibətlər kəsilir;

b) **dövri - müntəzəm mal göndərmə kontraktı** – onlar



Şəkil 4.1. Alqı-satqı kontraktının şərtləri

vasitəsilə əmtəələr müəyyən edilmiş müddətdə müntəzəm olaraq satıcıdan alıcıya göndərilir.

Hər iki kontrakt növü həm qısa, həm də uzun müddətli icra vaxtına malik ola bilər, əsas fərq sövdələşmənin tərəfdaşlarının qarşılıqlı münasibətlərinin xüsusiyyətlərilə bağlıdır.

1. Birdəfəlik və dövri-müntəzəm mal göndərmə kontraktlarını göndərişin xarakterindən asılı olaraq aşağıdakı kimi fərqləndirirlər:

a) **birdəfəlik göndərmə kontraktları çox vaxt birdəfəlik razılaşma** və ya **birdəfəlik sövdələşmə** də adlandırılır. O, kontrakt-da göstərilmiş müəyyən tarixə bir tərəfin digər tərəfə aralarındakı razılaşmaya əsasən müəyyən edilmiş miqdarda əmtəənin göndərilməsini nəzərdə tutur. Tərəflər öz üzərinə götürdükləri öhdəlikləri yerinə yetirdikdən sonra, onlar arasındakı hüquqi münasibətlər kəsilir. Belə sövdələşmə üzrə mal göndərmə müəyyən edilmiş müddətdə bir və ya bir neçə dəfə həyata keçirilə bilər. **Birdəfəlik razılaşma** (və ya sövdələşmə) iki növdə; **qısamüddətli göndəriş** (xammal əmtəələrinə) və **uzunmüddətli göndəriş** 3-5 il, komplektləşdirilmiş və mürəkkəb avadanlıq, gəmi formasında ola bilər.

b) **dövri-müntəzəm mal göndərmə kontraktı**. Kontraktda razılaşdırılmış miqdarda əmtəənin müəyyən edilmiş müddət ərzində dövrü olaraq müntəzəm göndərilməsini nəzərdə tutur. Bu dövr qısa (bir il) və uzun (5-10 il, bəzən 15-20 il) ola bilər. Birinci növ kontraktlar **qısamüddətli**, ikincilər isə **uzunmüddətli kontraktlar** adlanır (onlar əsasən sənaye xammalları və yarımfabrikatlar üçün yerinə yetirilir).

2. Əmtəənin ödəniş formalarından asılı olaraq kontraktlar aşağıdakı növlərə ayrılır:

a) **pul formasında ödənişli kontraktlar** – bu, tərəflərin birgə razılaşdırdığı müəyyən valyutanın tətbiq edilməsilə kontraktda

şərtləndirilmiş ödəniş üsulu və hesablaşma formasında olan hesablaşmaları (kontrakt) nəzərdə tutur.

b) əmtəə formasında ödənişli kontraktlar - bu kontraktlar isə eyni zamanda bir və ya bir neçə əmtəənin satışını digər əmtəənin alışı ilə bağlayır və hesablaşmalar xarici valyutada aparılmır. Belə kontraktlara **əmtəə mübadiləsi və kompensasiya razılaşmalarını** aid edirlər.

Əmtəə mübadiləsi və ya barter razılaşdırılması razılaşdırılmış miqdarda bir əmtəənin digərinə dəyişdirilməsini nəzərdə tutur.

Kompensasiya sövdələşmələrində isə eyni dəyərli əmtəələrin mübadiləsi nəzərdə tutulur.

c) qarışıq formada olan ödənişli kontraktlar.

Müasir dövrdə bu növ kontraktlar daha çox yayılmışdır. Belə razılaşmalar, adətən, müəssisənin məqsədli kredit şərtində tikintisi (başqa sözlə, “açar altında” olan obyektlər) ilə əlaqədar bağlanılır. Bu halda xərclərin bir hissəsi pul formasında və bir hissəsi isə əmtəə formasında ödənilir. Belə kontraktlar aşağıdakı müxtəlif adlara malik ola bilər:

- “məhsulun bölünməsi haqqında” kontrakt;
- “sənaye kompensiyası haqqında” kontrakt;
- “kompensasiya əsasında sövdələşmə”;
- “idxalın inkişafı” sövdələşməsi.

Belə kontraktlarda faktiki olaraq eyni bir məbləğə (kreditlər üzrə faizlər nəzərə alınmadan) üç uzunmüddətli sövdələşmə əlaqələndirilir: müəssisələrin tikintisi üzrə xidmət və texniki vəsaitlərin alqı-satqısı kontraktı; uzunmüddətli kredit haqqında razılaşma; xammal göndərilməsi üzrə uzunmüddətli kontrakt.

Qeyd etmək lazımdır ki, praktiki nöqteyi-nəzərdən yalnız aşağıdakı müqavilələri fərqləndirmək məqsədli olardı:

- Vyana konvensiyası ilə tənzimlənən beynəlxalq alqı-satqı

müqaviləsi;

– bu konvensiyanın tətbiq olunmadığı beynəlxalq alqı-satqı müqaviləsi.

Sonuncuya nəinki Vyana Konvensiyasına qoşulmayan ölkələrdə yerləşən kommersiya müəssisələrinin kontragentləri arasındakı sövdələşmələr, həmçinin məsələn: xarici ticarətdə geniş yayılmış elektrik enerjisinin, qiymətli kağızların, dəniz və hava gəmilərinin və s. alqı-satqı müqavilələri də aid edilir.

3. Əmtənin daşınması xarakterindən asılı olaraq müqavilələrin aşağıdakı növləri vardır:

a) əmtənin ixracatçısının müəyyən yerdə malı təhvil verməyə borclu olmadığı, ancaq onu alıcıya çatdırmaq üçün ilkin sərbəst daşıyıcıya təhvil verməsini nəzərdə tutan əmtələrin alqı-satqı müqavilələri (Vyana Konvensiyası 67 maddə, FCA, CIP, CPT, INCOTERMS - 2000);

b) sonradan alıcıya ötürülməsi üçün müəyyən yerdə satıcının əmtəni sərbəst daşıyıcıya təhvil verməsini nəzərdə tutan əmtələrin alqı-satqı müqavilələri (Vyana Konvensiyası, 67 maddə, CIF, CFR, FAS, FOB, INCOTERMS 2000).

4. Göndərişin xarakterindən asılı olaraq müqavilələrin aşağıdakı növlərini də fərqləndirirlər:

a) **birdəfəlik göndəriş kontraktı** (və ya birdəfəlik razılaşma, birdəfəlik sövdələşmə). Bu kontrakt bir tərəfin digər tərəfə onların arasındakı razılaşdırılmış əmtələrin miqdarının kontrakt da müəyyən edilmiş tarixə göndərilməsini nəzərdə tutur. Tərəflərin öz üzərinə götürdükləri öhdəliklərin yerinə yetirilməsindən sonra onlar arasındakı hüquqi münasibətlər kəsilir;

Birdəfəlik razılaşma iki növdə olur: qısamüddətli göndəriş (xammal əmtələri) və uzunmüddətli göndəriş (kompleks avadanlıqlar, gəmi və s.);

b) **dövri göndəriş kontraktı.** Bu kontraktlar müəyyən edilmiş müddət ərzində razılaşıdırılmış əmtəələrin miqdarının müntəzəm - dövri olaraq göndərilməsini nəzərdə tutur. Bu müddət qısa (adətən, 1 il) və uzun (orta hesabla 5-10 il) bəzən də 15-20 il ola bilər. Qısamüddətli kontraktlar qısamüddətli və ya illik kontraktlar, uzun dövrü nəzərdə tutan kontraktlar isə uzunmüddətli kontraktlar adlanır.

4.3. Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının məzmunu və onu müəyyən edən şərtlər

Beynəlxalq alqı-satqının xarici ticarət kontraktı xarici ticarət sövdələşməsini rəsmiləşdirən əsas kommersiya sənədi kimi təqdim olunur. Bu sənəd kontragentlərin yazılı müqavilə öhdəliyi olmaqla, satıcının-ixracatçının müəyyən əmlakı alıcının – idxalçının xüsusi mülkiyyətinə keçməsilə müşayiət olunan göndərişi və eyni zamanda alıcının – idxalçının bu əmlakı qəbul etməsi və ona görə müəyyən pul məbləğini ödəməsini nəzərdə tutur. Kontrakt ümumiyyətlə istənilən növ danışıqların və yaxud razılaşmaların hüquqi forması və ya hüquqi bazası adlanır.

Qısaca desək: beynəlxalq kommersiya təcrübəsində maddi-material formada olan əmtəələrin alqı-satqı müqaviləsi **alqı-satqı kontraktı** adlanır. O, əmtəənin göndərilməsini nəzərdə tutan kommersiya sənədidir. Sənədin adından göründüyü kimi, əmtəəni biri alır, digər tərəf isə satır. **Alqı-satqı kontraktlarının əsas şərti:** əmtəəyə olan mülkiyyət hüququnun bir tərəfdən (satıcıdan) digər tərəfə (alıcıya) verilməsidir. Bu xüsusiyyət belə müqavilələri digər müqavilələrdən: icarə, lisenziya, sığorta və s. fərqləndirir.

Ən sadə alqı-satqı kontraktları əvvəlki bölmədə qeyd edildiyi kimi özündə aşağıdakı ümumi şərtləri birləşdirir; göndərişin həcmi və predmeti (əmtəənin adı və ya həcmi) əmtəənin keyfiyyətinin

müəyyən edilməsi üsulları, mal göndərmənin müddəti və yeri, göndərişin bazis şərtləri, göndərişin ümumi qiyməti, ödəniş şərtləri, əmtəənin təhvil-təslim qaydaları, zəmanət və cərimələr, arbitraj və forsmajor haqqında şərtlər, nəqliyyat şərtləri, tərəflərin hüquqi ünvanları, alıcı və satıcının imzaları.

Kontraktlarda həmçinin aşağıdakı suallar üzrə alıcı-satıcı üçün **ümumi olan öhdəliklər** də göstərilir.

1. Bir tərəfin öhdəliyi pozması nəticəsində yaranan itkilərin ödənilməsi zərurəti və qaydaları;

2. Ödənişin razılaşdırılan müddəti keçəndən sonra əlavə ödəniş faizlərinin alınması hüququ;

3. Məsuliyyətdən azad olma prinsipləri;

4. Müqavilələrin pozulması nəticələri;

5. Müqavilənin icra edilməsinin dayandırılması hüququ;

6. Bir tərəfə aid olan əmtəənin qorunması və saxlanması öhdəlikləri.

Beynəlxalq alqı-satqı kontraktının məzmununun bəndləri və ona qoyulan şərtlər:

1. Kontraktın giriş hissəsi (preambula) aşağıdakı məzmunu əhatə edir, kontraktın adı və nömrəsi, onun bağlandığı yer və tarix, sövdələşməni bağlayan tərəflərin adı və onların mənsub olduğu ölkənin adı.

2. Kontraktın predmeti (subjekt of contact). Kontraktın bu hissəsində əmtəənin adı, onun xarakteristikası, çeşidləri göstərilir. Avadanlıqlar göndərilərkən onların xarakteristikaları kimi: məhsuldarlıq, güc, yanacaq və ya enerji sərfi və s. göstərilir. Əmtəələrin xarakteristikalarına isə onun növləri, dərəcələri, markaları modelləri və s. aid edilir.

3. Miqdar: Alqı-satqı kontraktında miqdar şərtləri. Kontraktda əmtəənin miqdarını müəyyən edərkən miqdarın ölçü vahidi

(ton, kq, m³, m, dənə, barel, sahə, faiz və s.), miqdarın müəyyən edilməsi qaydası, həmçinin çəki ölçü sistemləri göstərilir. Göndərişin miqdarı ya qəti müəyyən edilmiş məbləğdə, ya da müəyyən hədd çərçivəsində göstərilə bilər: əmtənin miqdarı ilə bağlı: **brutto-çəki, netto-çəki, nettoya görə brutto çəki** (tara-qabın çəkisi əmtənin çəkisinin 1-2%-dən çox olmamalıdır və əmtənin çəkisi qablaşdırmanın çəkisi nəzərə alınmadan qeyd olunur, taranın qiyməti belə çəkiddə olan əmtənin vahid çəkisinin qiymətindən artıq ola bilməz). Daha sonra, bu bölmədə alıcı və ya satıcının opsiunu, yəni verilən kontraktın şərtində və qiyməti üzrə müəyyən edilmiş müddətdə satıcının (alıcının) əlavə miqdarda əmtənin satış (alış) hüququ göstərilir. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, bu bölmədə tara və ya qablaşdırmanın əmtənin miqdarına aid edilib- edilməməsi razılaşdırılır. Bundan asılı olaraq nəzərə alınır:

– **brutto çəki (gross Weigth)** – daxili və xarici qablaşdırma və qablaşdırma materialları daxil olmaqla;

– **leqal-netto çəki (leqal net Weigth)**, yəni hər cür qablaşdırma olmadan əmtənin çəkisi;

– **nettoya görə brutto çəki** – taranın çəkisi əmtənin dəyərinə bərabərləşdirilir (məsələn; taranın çəkisi əmtənin çəkisinin 1-2%-ni təşkil edərsə və ya taranın qiyməti əmtəə vahidinin çəkisinin qiymətindən az fərqlənərsə (məsələn; polietilen paketlər və s.).

4. Keyfiyyət. Alqı-satqı kontraktında keyfiyyət şərtləri.

Kontraktda əmtənin keyfiyyətinin təyini əmtənin istifadəyə yararlı olmasını müəyyən edən keyfiyyət xarakteristikalarının müəyyən edilməsilə bağlıdır. Əmtənin xarakterindən asılı olaraq dünya təcrübəsində keyfiyyətin müəyyən edilməsinin aşağıdakı 11 üsulu vardır;

1) **Standart üzrə** - bu üsul əmtənin müəyyən standartda dəqiq uyğun gələn keyfiyyət üzrə göndərilməsini nəzərdə tutur. Kontraktda

standartın nömrəsi və tarixi, həmçinin onu verən təşkilatın adı göstərilir.

Standart-əmtənin keyfiyyət xarakteristikasının göstərildiyi sənəddir. Standartlar üzrə beynəlxalq ticarətdə mübadilə edilən əksər malların keyfiyyəti müəyyən olunur (əsasən maşın və avadanlıqlar, taxıl, pambıq və s.).

2) **Texniki şərtlər üzrə** - keyfiyyətin müəyyən edilməsi. Bu üsul əmtəyə standart olmayanda və ya xüsusi istehsal və istismar qaydaları tələb edilən əmtələrə tətbiq edilir (fərdi sifariş üzrə hazırlanan əmtələr: gəmi, aviasiya texnikası, mürəkkəb aparatlar, kompleks avadanlıqlar və s.).

3) **Müqaviləyə əlavə edilmiş əmtəni hazırlayanın spesifikasiyası üzrə** - bu sənəd konkret əmtəni xarakterizə edən vacib texniki parametrləri göstərən sənəddir (və ya əmtəni hazırlayanın standartı da adlanır).

4) **Nümunə üzrə** - bu üsulda tərəflərin etalon kimi qəbul etdikləri əmtəyə uyğun keyfiyyət göstəriciləri müəyyən edilir (Bu üsul kütləvi istehlak əmtələri, seriyalı buraxılan maşın və avadanlıqlar üçün tətbiq edilir).

5) **Qabaqcadan baxış üzrə** - bu üsul kontraktıda “baxılmışdır – bəyənilmişdir” (inspected - approved) sözlərilə işarə olur. Bu üsul ilə əmtələr, adətən, hərrac və anbarlarda satılır. Satıcı bu halda əmtənin keyfiyyəti üçün məsuliyyət daşımır, yalnız gizli defektlərə cavabdeh olur.

6) **Təsvir üzrə** - bu üsul hər hansı fərdi keyfiyyəti olan əmtə üçün tətbiq edilir (məsələn: meyvələr üçün).

7) **Əmtənin tərkibində olan ayrı-ayrı maddələrin məzmununa görə** (minimum zərərli və maksimum xeyirli elementlərə görə), əsasən metallara tətbiq edilir.

8) **Hazır məhsulun çıxışına görə** - hazır məhsulun miqdarının

müəyyən edilməsində böyük rol oynayan xammalın və ya ayrı məhsulun miqdar göstəricisidir (məsələn; şəkərin tərkibində çuğundurun miqdarı nə qədərdir), adətən, belə göstəricilər faiz və ya mütləq ölçüdə göstərilir.

9) **Haqlı orta keyfiyyət göstəricisi üzrə** (əsasən, buğda göndərişi ilə bağlı hesablanır). İngiliscə FAQ – fair average quality adlanır. Bu üsulun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, müəyyən regionda yerləşdirilən və müəyyən vaxtda yığılan buğdanın orta keyfiyyəti əsas götürülür.

10) **Natural çəki üzrə** - bu üsul da, əsasən, taxıl üçün tətbiq edilir. 1 hektolitrlə (həcm) buğdanın kiloqram ilə ifadə olunmuş çəkisidir. O buğdanın fiziki xassələrini əks etdirir (forma, xüsusi çəki, nəmlik və s.). Bu üsul həmçinin buğdadan alınan un və s. haqda təsəvvür yaradır.

11) **Tel-keş üsulu** – bu əmtənin olduğu kimi göndərilməsini göstərir (Fransızca; tel quel, telle quelle) - əsasən buğda, pambıq, alma və sitrus meyvələrinə və s. tətbiq edilir. Bu üsulda satıcı gələcəkdə yığılan məhsulun keyfiyyətinə çox cavabdeh deyil.

5. Beynəlxalq kontraktların qiymət şərtləri bazis qiymətləri, ölçü vahidləri, qiymət valyutası, ödəniş valyutası, qiymətlərin qeyd edilməsi üsulları, qiymətlərin səviyyəsi və s.-nin müəyyən edilməsinə əsaslanır.

Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarında aşağıdakı növ qiymətlərdən istifadə olunur:

1) **Bazis qiymətləri** - əmtənin qiymətinə, nəqliyyat, icarə, anbar və əmtənin daşınması ilə bağlı digər xərclərin daxil olunduğunu müəyyənləşdirir. Bu qiymətlər, adətən, əmtənin yola salındığı məntəqəni göstərməklə, İNCOTERMS 2000-nin uyğun terminlərinin (FAS, FOB, SIF və s.) qəbulu ilə təyin olunur.

2) **Qiymət valyutası** - kontraktın müəyyən edilən qiymət

ixracatçının, idxalçının və ya üçüncü ölkənin valyutasında ifadə oluna bilər.

Qiymətlərin qeyd olunması üsulları. Qiymətlər kontraktın bağlandığı anda, kontraktın qüvvədə olduğu dövr ərzində və ya onun icrası vaxtında qeyd edilə bilər. Qiymətlərin qeyd olunması üsulundan asılı olaraq onların müxtəlif dörd növünü fərqləndirirlər:

1) **Qəti müəyyən edilmiş və ya qəti təsbit edilmiş qiymətlər – sərt qiymətlər (firm fixed)** – kontraktın imzalandığı andan müəyyən olunur və onun qüvvədə olduğu müddətdə dəyişmir.

2) **Sonradan müəyyən edilmiş qiymətlər** – qiymətər ya kontraktın yerinə yetirilməsi zamanı, ya da malgöndərən tapşırığı üzrə kontraktın icrasına qədər istənilən vaxt müəyyən edilə bilər.

3) **Dəyişkən və ya mütəhərrik qiymətlər (flexible prices)** – kontraktın bağlandığı an müəyyən olunur, ancaq həmin əmtəəni göndərən zaman bazar qiymətləri dəyişərsə, onda qiymətlər bu kontraktın dəyişdirilə bilər. Başqa sözlə, kontraktın baza qiymət müəyyən olunur və 2-5% həddində dəyişdirilə bilər (bu hədd bazar qiymətinin kontrakt qiymətindən minimum yayınmasıdır ki, bu aralıqda kontraktın qiymətinə yenidən baxılmır).

4) **Sürüşkən qiymətlər (sliding, scale prices)** – kontraktın icrası zamanı qeyd olunur və bu dövrdə müqavilə qiymətinə istehsal xərclərindən asılı olaraq yenidən baxıla bilər. Adətən, bu qiymətlər uzunmüddətli hazırlanma dövrü olan maşın və avadanlıqlar üçün istifadə olunur.

Kontragentlər kontraktın qiymətləri müəyyən edərkən, əsasən, 2 növ qiymətərə: nəşr edilən və hesablanan qiymətlərə əsaslanırlar. Bu baxımdan qiymətlər səviyyəsinə görə iki növdə olurlar:

1) **Nəşr edilən qiymətlər** – xüsusi və firma informasiya mənbələrində verilən qiymətlərdir və onlar adətən dünya qiymətləri səviyyəsini əks etdirir. Bu cür qiymətlərə: məlumat, birja kotirovka

qiymətləri, son standart məhsula müəyyən edilən preyskurant qiymətləri, faktiki sövdələşmə qiymətləri, ümumi statistik məlumatlarda olan qiymətlər, xüsusilə də iri firmaların təklif etdiyi qiymətlər aiddir.

2) Hesablanan qiymətlər – fərdi sifarişlər əsasında hazırlanan mürəkkəb sənaye və digər qeyri-standart avadanlıqlar üçün malgöndərənin müəyyən etdiyi qiymətlərdir. Bundan başqa, **əvvəlki sövdələşməyə əsaslanan qiymətlərdən** – nisbətən qiymətlərin sabit olduğu anlarda, hər şeydən əvvəl, sənaye xammallarına, maşın və avadanlıqlara tətbiq olunan qiymətlərdən də istifadə olunur.

6. Aqı-satqı kontraktlarında ödəniş şərtləri. Belə şərtlər müəyyən edilərkən ödəniş valyutası, ödəniş müddəti, ödəniş və hesablaşma formaları, valyuta risklərinin azaldılması və ya aradan qaldırılması və s. aydınlaşdırılır. Ümumiyyətlə, ödəniş tərəflər arasında qarşılıqlı hesablaşmaların son mərhələsidir. Ödəniş şərtləri beynəlxalq kontrakt da ən mühüm və mürəkkəb tərkib hissələrindəndir.

Ödəniş valyutası – kontraktın bağlanması zamanı ödənişin hansı valyutada: ixracatçının, idxalçının və ya da üçüncü bir ölkənin valyutasında olmasının müəyyənləşdirilməsi ilə bağlıdır. Əmtəənin ödənişinin konkret olaraq həyata keçirildiyi (əgər ödəniş valyutası qiymət valyutasından fərqlənərsə məzənnəyə yenidən baxılır və ya bu da olmasa, ödənişin reallaşdırıldığı gündə mövcud məzənnə üzrə) valyuta **ödəniş və ya hesablaşma valyutası** adlanır. Bəzi hallarda kontrakt da ödəniş valyutasının seçim hüququ idxalçıya həvalə olunur. Qeyd edildiyi kimi, ödəniş valyutası qiymətin müəyyən edildiyi valyuta ilə (qiymət valyutası) üst-üstə düşə də, düşməyə də bilər. Bu halda kontrakt da qiymət valyutasının ödəniş valyutasına çevrildiyi məzənnə göstərilir. Adətən, qiymət valyutasının ödəniş valyutasına çevrilməsi ödənişin həyata keçirildiyi ölkədə mövcud

məzənnə ilə həyata keçirilir. Valyuta məzənnəsinin seçilməsi zamanı eyni zamanda valyutanın çevrilən və yaxud dönərli olması da nəzərə alınır.

Beynəlxalq kommertiya əməliyyatları zamanı tərəflərin ehtiyat etdiyi problemlərdən biri də **valyuta riskləri** problemidir. **Valyuta riski** dedikdə xarici ticarət və digər əməliyyatlarda xarici valyutanın məzənnəsinin milli pul vahidinə nisbətən dəyişməsilə bağlı **valyuta itkiləri təhlükəsi** nəzərdə tutulur. Belə ki, valyuta bazarı nöqtəyindən nəzərdən tərəflərin marağı üst-üstə düşmür, yəni ixracatçı çalışır ki, qiyməti daha sabit valyuta ilə müəyyən etsin, idxalçı isə, bunun əksinə olaraq dəyərsizləşən valyutalara üstünlük verir. Kontraktın imzalandığı və həmin kontrakt üzrə ödənişlərin həyata keçirildiyi zaman ərzində kontraktın nəzərdə tutulmuş valyutanın məzənnəsi milli pul vahidinə nisbətən aşağı düşdüüyü halda, ixracatçı ziyan çəkir. İdxalçının məzənnə itkiləri, kontraktın valyuta məzənnəsinin artması ilə bağlıdır. Bu səbəblərdən valyuta risklərindən qorunmaq məqsədilə, tərəflərin razılığı ilə müqavilədə xüsusi şərtlər qeyd olunur.

Ödəniş müddəti - adətən, tərəflərin razılığı ilə kontraktın, ya ölkənin ticarət adətlərindən asılı olaraq konkret dövrdə, ya da müəyyən şərtlərin daxil olması üzrə müəyyənləşir.

Ödənişin üsulları - əmtəənin faktiki göndərilməsinə əsaslanır. Belə ki, ödənişin üç üsulu mövcuddur:

a) nəğd ödəniş

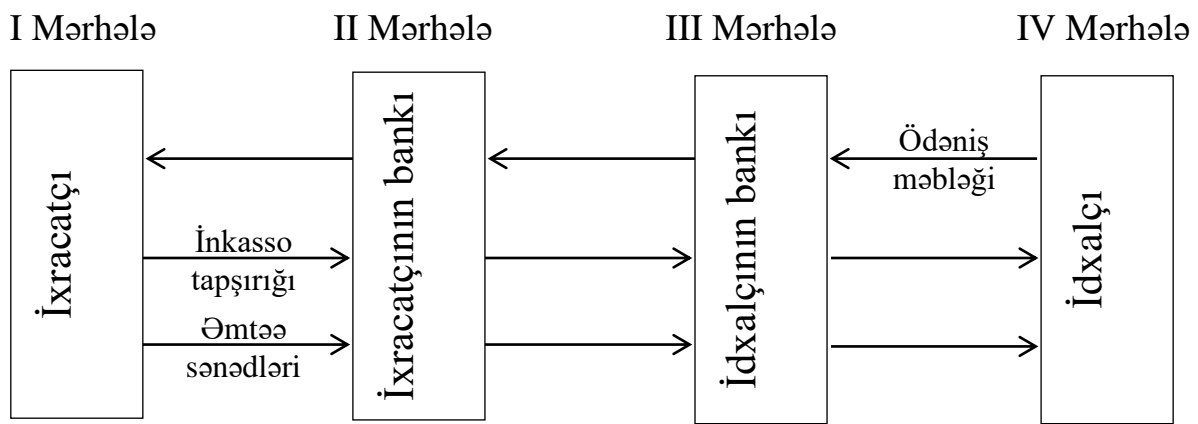
b) avans ödənişi (əvvəlcədən ödəniş), bu da öz növbəsində iki cür olur: pul və əmtəə formasında (məsələn: verilən əmtəənin istehsalı üçün lazım olan xammal, materiallar və s.)

c) kredit ödənişi. Kreditlər də iki cür olur: kommertiya (illik 6-8% olmaqla, 5 illik firmalar arası kredit) və bank krediti (daha uzun müddətə və faiz dərəcəsi ölkənin iqtisadi konyunkturasından asılı

olaraq müəyyən olunur).

Beynəlxalq kommertiya təcrübəsində hesablaşmaların aşağıdakı formalarından istifadə olunur:

1. İnkasso hesablaşma forması (collection of payment) – ixracatçı tərəfindən idxalçıya uyğun əmtəə sənədlərinin təqdim edilməsi müqabilində öz bankına idxalçıdan müəyyən məbləğin alınmasına dair verdiyi tapşırıqdır. Hesablaşmanın inkasso forması beynəlxalq kommertiya təcrübəsində ixracatçının öz bankı ilə elə bir razılaşmaya gəlməsidir ki, bu razılaşmada bank əmtəənin göndərilməsi barəsində sənədləri idxalçıya yalnız göndərilən malların dəyəri ödənildikdən sonra verəcəyi öhdəlik əsas götürülür. Başqa sözlə, inkasso elə bir bank əməliyyatıdır ki, onun vasitəsilə bank müştərinin tapşırığı üzrə idxalçıdan onun ünvanına göndərilən mal və ya göstərilmiş xidmətlər müqabilində ödəməni qəbul edir və bu vəsaiti ixracatçının hesabına köçürür. İnkasso aşağıdakı sxem üzrə dörd mərhələdə həyata keçirilir:



Şəkil 4.2. İnkasso əməliyyatları

Beləliklə, inkasso – bank əməliyyatlarından biri olmaqla, bank tərəfindən müştərinin tapşırığı əsasında idxalçıdan onun ünvanına yüklənmiş mala və göstərilən xidmətə görə vəsaitin qəbul edilməsi

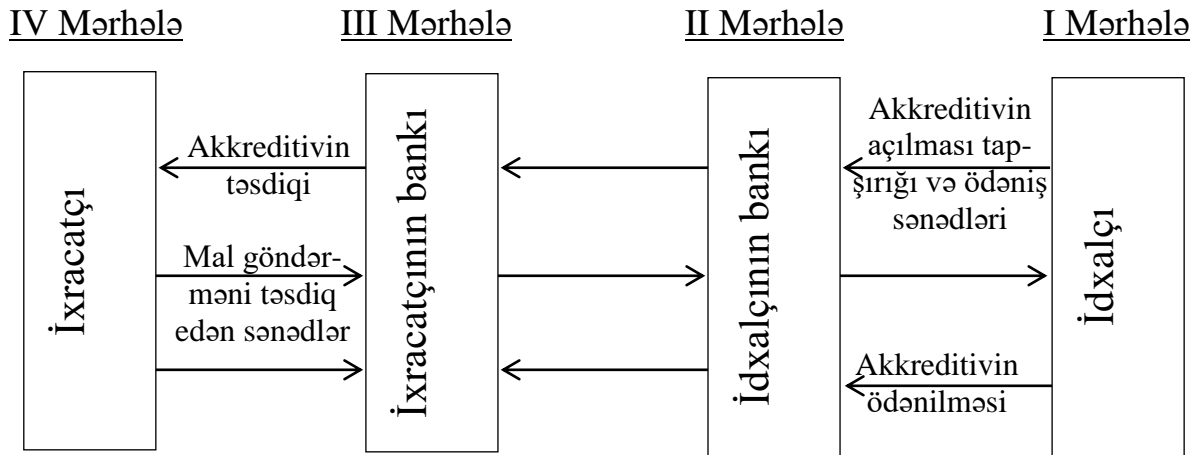
və ixracatçının hesabına köçürülməsi deməkdir. İnkasso sadə və sənədli ola bilər. **Sadə (və ya təmiz) inkasso** vəsaitin kommersiya sənədlərilə müşaiyət olunmayan maliyyə sənədlərinə əsasən alınmasıdır.

Sənədli (kommersiya) inkasso isə kommersiya sənədlərilə müşaiyət olunan maliyyə sənədləri və ya tək-cə kommersiya sənədləri əsasında aparılır. Bu zaman banklarda sənədlərin ödənilməsi üzrə heç bir öhdəlik olmur. İxracatçı malları göndərdikdən sonra, öz bankına idxalçıdan və dəqiq məlumatın əks olunduğu inkasso tapşırığında göstərilən şərtlər əsasında valyuta məbləğini almağı tapşırır.

Qeyd etmək lazımdır ki, hesablaşmanın inkasso forması idxalçıya müəyyən üstünlük verir. Onun əsas öhdəliyi ondan ibarətdir ki, ödəməni əmtəəni götürməyə hüquq verən əmtəə sənədləri əsasında həyata keçirir, artıq bu halda vəsaiti vaxtından əvvəl dövriyyədən çıxartmağa ehtiyac qalmır. Ancaq, eyni zamanda, ixracatçı idxalçı tərəfindən dəyəri ödənilənə qədər əmtəə haqqında sərəncam vermək hüququnu özündə saxlayır. Bununla belə, inkasso ixracatçı üçün bir sıra problemlər yaradır. Birincisi, ixracatçı bazar konyunkturasının, yaxud ödəyicinin maliyyə vəziyyətinin pisləşməsilə əlaqədar idxalçının ödənişdən imtina etməsi riskilə üzləşir. Ona görə də hesablaşmanın inkasso formasında əsas şərt ixracatçının öz tərəfdaşının ödəmə qabiliyyətinə və vicdanlı olmasına inamıdır. İkincisi, xüsusi əmtəələr uzunmüddətli nəqliyyat vasitələrilə göndərildikdə, valyuta gəlirlərinin inkasso ilə daxil olması və əmtəələrin göndərilməsi müddəti arasında xeyli vaxt fərqi mövcud olur.

2. Akkreditiv hesablaşma forması (letter of credit) – İxracatçı tərəfindən təqdim edilən sənədlər müqabilində göndərilən əmtəənin dəyəri həcmində alıcı-idxalçının hesabına və onun göstərişi

üzrə ixracatçıya ödənişin həyata keçirilməsi ilə bağlı bankın öhdəliyidir. Akkreditiv aşağıdakı mərhələlər üzrə həyata keçirilir:



Şəkil 4.3. Akkreditiv hesablaşma forması əməliyyatlarının ümumi strukturu

Beynəlxalq kommersion təcübəsində akkreditiv geniş istifadə edilən və olduqca etibarlı bir ödəniş formasıdır. Akkreditiv qısa şəkildə “şərtli bank öhdəliyi” deməkdir. Geniş mənada isə akkreditiv idxalçının istəyilə (tapşırığı əsasında) bir bankın:

- müəyyən pul məbləği müqabilində;
- müəyyən müddət ərzində;
- müəyyən sənədlər əsasında;

– həmçinin nəzərdə tutulmuş şərtlər yerinə yetirildiyi halda ixracatçıya hazırlayacağı ödəniş sənədlərinin qəbul edəcəyi haqqında yazılı öhdəliyidir. Akkreditivin üzərində onun müddəti, yeri, sənədləri ortaya çıxartmağın ən son tarixi və əmtənin ən son yüklənmə tarixi göstərilir. Bu üsul digər ödəniş üsullarından fərqli olaraq hər iki tərəfə üstünlüklər verir. İdxalçılar nöqtəyi-nəzərindən akkreditivin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, banklar akkreditiv şərtlərinin idxalçılar üçün yerinə yetirilməsini nəzərdə saxlayırlar. Buna görə də idxalçı akkreditiv şərtləri yerinə yetirilməsə,

ixracatçıya ödəniş verməyəcəyinə əmindir. Akkreditivdə “ən son yüklənmə tarixi”nin yazılması əmtəələrin vaxtında alınması üçün şərait yaradır. Əgər ixracatçı ilə razılıq əldə edilərsə, əmtəənin dəyərinin sənədlər daxil olarkən deyil, 60 gün sonra ödənilməsi idxalçı üçün kredit verilməsi kimi qəbul edilir.

İxracçılar nöqtəyi-nəzərindən, bu hesablaşmanın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar bankın ödəniş təminatına malik olurlar, bununla da idxalçının ölkəsində mümkün siyasi risk minimuma endirilir. Həm də bu üsul ixracatçılar üçün sadə maliyyələşmə üsulu hesab edilir.

Beynəlxalq kommersiya əməliyyatları ilə əlaqədar açılan akkreditivlərin çoxu sənədlidir. Sənədli akkreditiv növündə satıcı vasitəçi banka bir çox sənədlər təqdim etməlidir. Bu sənədlər kredit məktubuna əlavə olunurlar. Onların bir hissəsi məcburi (konossament və ticarət fakturası), bir hissəsi isə idxalçının öz arzusu ilə (sığorta sənədi, mənşə şəhadətnaməsi, təhlil sənədi, qablaşdırma vərəqi və s.) təqdim edilir.

3. Çekdən (chek və ya cheque) və veksellerdən (draft, bill of exchange) istifadə edilməklə həyata keçirilən hesablaşma forması. Çek hesablaşma forması çek sahibinin öz bankına vəsaitindən müəyyən məbləğin əlində çeki olana verilməsi və ya bu vəsaitin onun hesabına köçürülməsi yolu ilə həyata keçirilir. Başqa sözlə, çek – müəyyənləşdirilmiş formada olan, cari hesab sahibinin konkret şəxsə və ya təqdim edənə müəyyən məbləği ödəməsi haqqında şəxsə və ya təqdim edənə müəyyən məbləğ ödəməsi barədə banka təqdim etdiyi yazılı sərəncamıdır. Çünki rekvizit və formaları milli və beynəlxalq qanunvericiliklə tənzimlənir. Çekin bir şəxsdən digər şəxsə verilməsi ötürmə imzası (indossament) ilə həyata keçirilir. Çekin iki növünü: **adlı** - müəyyən şəxsin adına yazılan, **order** – indossament üzrə verilən çekləri fərqləndirirlər.

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində daha çox **köçürmə vekselinə** və ya **trattadan** (vekselin digər növü **sadə veksəl** adlanır) geniş istifadə olunur.

Tratta – qanuni şəkildə tərtib olunmuş sənəddir və ödənilməsi zəruridir. Ümumiyyətlə **veksəl** dedikdə borclunun onun üzərində göstərilmiş məbləği orada qeyd olunmuş vaxta qədər ödəmək haqqında öhdəliyi başa düşülür. Veksəl bir veksəl sahibindən digərinə ötürülə bilər. Bu zaman onun arxa hissəsində qeydiyyat aparılır. Borclu və bütün digər veksəl sahibləri vekselin üzərindəki məbləğin ödənilməsinə görə son veksəl sahibi qarşısında məsuliyyət daşıyırlar.

Beynəlxalq hesablaşmalarda daha çox köçürmə veksellərindən (tratta) istifadə olunur. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi **tratta** - vekseldə göstərilən pul məbləğinin göstərilən müddətdə üçüncü şəxsə (remitentə), ya da təqdim edənə ödənilməsi haqqında **kreditorun (trassantın)** borcluya (**trassata**) şərtsiz əmrini ifadə edən, qanuni formada tərtib edilmiş sənəddir. Vekselin ödənilməsi üçün məsuliyyəti aksept edən: yəni idxalçı və ya bank daşıyır. Vekseldən istifadə etməklə aparılan hesablamalarda ixracatçı tratta mal sənədlərini öz bankında inkassoya qoyur. Bu bank ilə o, idxalçıdan valyutayı alır, idxalçı həmin sənədlərin yalnız o zaman mülkiyyətçisi olur ki, trattanı ödəmiş, yaxud aksept etmiş olsun. İxrac kreditlə satılarkən vekselin ödəmə müddəti tərəflərin razılığı ilə müəyyən olunur.

4. Açıq hesab üzrə hesablaşma (open account) – sonradan ödəmə qaydası ilə idxalçının ixracatçıya müntəzəm pul köçürməsi deməkdir. Açıq hesab üzrə hesablaşmalarda əvvəlcə mal göndərilir, sonra isə ödəmə aparılır. Mallar müəyyən partiyalar halında idxalçıya əvvəlcədən göndərilir. Hər partiya göndərildikdən sonra, və ya məsələn, hər ayın sonunda əmtəə fakturaları göndərilərək, idxalçının ödənişi onların əsasında həyata keçirilir. Ödəniş çek ilə də həyata keçirilə bilər. Bu hesablaşma forması ixracatçı idxalçının

düzgünlüyünə və kredit etibarlığına əsaslandığı, alıcı və satıcının uzun müddət bir-birilə işgüzar əlaqədə olduğu və bir-birinə inandığı hallarda həyata keçirilir. Bu, vaxt tələb etməyən mütəhərrik bir ödəmə üsuludur. Müntəzəm iş görən firmalar arasında hər dəfə akkreditiv açdırmaq kimi bahalı və uzun vaxt tələb edən əməliyyatlar aparılmasına ehtiyac qalmır. Riskli bir hesablaşma forması olmasına baxmayaraq, açıq hesab əməliyyatları beynəlxalq kommersiya təcrübəsində geniş yayılmışdır.

5. Hesablaşmanın bank köçürməsi formasında bir bank digər banka – benifisiara müəyyən məbləğ ödəmək haqqında tapşırıq verir. Bu hesablaşmada iştirakçılara: borclu, tapşırığı alan bank, tapşırığı yerinə yetirən bank və köçürməni alan aiddir. Bank köçürmələri müəyyən məbləğin ixracatçıya ödənilməsi haqqında bir bankın başqa bir banka tapşırığıdır. Beynəlxalq hesablaşmalarda banklar çox vaxt köçürmələri öz müştərilərinin tapşırığı əsasında icra edirlər. Bu əməliyyatlarda köçürməni verən borclu, tapşırığı alan bank, köçürmə məbləğini köçürmə alanın hesabına daxil edən bank və köçürməni alan iştirak edir. Bank köçürməsi şəklində inkasso ödəmələri, son hesab ödəmələri, avans ödəmələri həyata keçirilir. Bundan başqa, köçürmə vasitəsilə yenidən hesablaşma və digər əməliyyatlar həyata keçirilir. Bank köçürmələri poçt və yaxud teleqrafla, SWIFT sistemi ilə icra edilir.

6. Avans üsulu ilə hesablaşma. Hesablaşmanın avans üsulunda idxalçı malın dəyərini ödədikdən sonra ixracatçı malı göndərir. Ödəniş, adətən, ixracatçının hesabına telefon, teleks, faks və ya adi bank tapşırığı ilə həyata keçirilir. Avans iki formada ola bilər:

a) pul – formasında müqavilənin ümumi dəyərinin hər hansı bir faiz nisbətində göstərilir.

b) əmtəə - idxalçı sifariş etdiyi malın istehsalı üçün ixracatçıya lazım olan xammal, yaxud material göndərir.

Avans ixracatçı üçün ən etibarlı üsul hesab olunur. Çox vaxt ilk dəfə mal alan və tanış olmayan müştərilərə tətbiq olunur. Bəzən isə bu üsuldan ölkədə iqtisadi və siyasi böhran olduqda, valyuta nəzarəti sərtləşdikdə istifadə olunur. Çünki, bəzən malları ixraca hazırlamaq və təsadüfi işlər üçün də ixracatçı idxalçıdan malın dəyərinin müəyyən hissəsini qabaqcadan ödəməyi tələb edə bilər. Əvvəlcədən ödəmənin bir faydası da ixracatçıya satış riski üzrə inam yaratmasıdır. Belə ki, avans ödənişi idxalçıya sifariş olunmuş maldan imtinaya imkan vermir. Bununla yanaşı qeyd etmək lazımdır ki, avans ödənişi beynəlxəq təcrübədə geniş yayılmamışdır, çünki idxalçılar avans ödəməklə bağlı bütün riski öz üzərinə götürmək istəmirlər.

7. Qablaşdırma - bu, əmtəənin nəqli zamanı onun konkret xüsusiyyətindən asılı olaraq həyata keçirilir. Adətən, qablaşdırmanın iki növünü: **xarici qablaşdırma** – taxta qutu, kağız qutu, çəllək, konteynerlər və s. və **daxili qablaşdırmanı** - əmtəədən ayrı olmayan (birlikdə hesab edilən) qablaşdırmanı fərqləndirirlər. Əgər qablaşdırma alıcının mülkiyyətinə keçərsə, o, onun dəyərini satıcıya ödəyir. Qablaşdırmanın ödəniş üsulları tərəflər vasitəsilə kontraktla müəyyən edilir: yəni, qablaşdırmanın qiymətinin əmtəənin qiymətinə əlavə edilməsi və ya qablaşdırmanın qiymətinin əmtəənin qiymətindən faizlə hesablanması dəqiqləşdirilməlidir.

8. Əmtəənin markalanması şərtləri – Markalanma dedikdə yükün daşınması və alıcıya təhvil verilməsi üçün qablaşdırmada, birkalarda və ya yüklənən əmtəənin özündə lazım olan yazı, təsvir və şərti işarələr başa düşülür. Markalanmanın əmtəələrin yenidən yüklənməsi, müxtəlif ünvanlara çatdırılması zamanı qeyri-müəyyənlikləri aradan qaldırmaq və s. istiqamətdə böyük rolu vardır. Markalanma özündə aşağıdakıları əks etdirməlidir:

- yükü yola salanın və alanın adı (və ya onları əvəz edən

işarələr);

- “netto” (xalis) və “brutto çəki” (qablaşdırma ilə birlikdə);
- Kontraktın, qaimənin və verilən yerin nömrəsi.

Bu işarələr “**yük markalanması**” adlanır. Daşınma vaxtı lazım olan işarələri: vaqonların nömrəsi, gəminin adı və s. yükü göndərən deyil, yükü daşınmaya qəbul edən nəqliyyat təşkilatları tərəfindən verilir və onlar “nəqliyyat markalanması” adlanır. Nəhayət, yükün saxlanması, boşaldılması – doldurulması zamanı əmtəə - yük ilə necə davranmağı göstərən işarələr isə “**xüsusi markalanma**” adlanır.

9. Əmtəənin yola salınması qaydası. Alıcının əmtəəni vaxtında qəbul edilməsi qayğısına qalması üçün ona əmtəənin faktiki yola salınma vaxtını bilmək lazımdır. Bununla əlaqədar olaraq kontraktlarda adətən satıcının əmtəəni yola salması barədə alıcını xəbərdar etməsi nəzərdə tutulur və bu öhdəliyin yerinə yetirilməsi qaydası müəyyən olunur. Satıcının əmtəəni yola salmaq barədə xəbərdarlığı kontraktın şərtlərinə cavab verən sənədlərin alıcıya təqdim edilməsilə bağlıdır.

10. Təhvil-təslim şərtləri. Əmtəənin **təhvil verilməsi** dedikdə alqı-satqı kontraktının şərtinə uyğun olaraq onun satıcının mülkiyyətinə verilməsi başa düşülür. Nəticədə, alıcı əmtəəyə tam nəzarəti həyata keçirmək imkanı əldə edir. Əmtəənin alıcıya verilməsilə bağlı olan göndəriş kontraktın şərtlərinə uyğun olaraq həyata keçirilir. **Təslim** dedikdə, əmtəənin müqavilədə göstəriləndi keyfiyyət, miqdar və s. xarakteristikalarına uyğunluğunun yoxlanması başa düşülür.

Kontraktda adətən, təhvil-təslimin qaydaları: təhvil-təslimin növü, faktiki yeri, müddəti, keyfiyyət üzrə əmtəənin qəbul edilməsi üsulları, faktiki göndərilən əmtəənin miqdar və keyfiyyətinin müəyyən edilməsi metodları, təhvil-təslimin kim tərəfindən həyata keçirilməsi və s. müəyyən olunur.

Təhvil-təslim növünə görə: **ilkin** təhvil-təslim - əmtəənin müqavilənin şərtinə uyğunluğunun yoxlanması məqsədilə, əmtəəyə satıcının müəssisəsində baxış və **son təhvil-təslim** – təyin edilmiş müddətdə və yerində faktiki mal göndərmənin müəyyən edilməsi məqsədilə həyata keçirilir. Beynəlxalq təcrübədə göndərilən əmtəənin faktiki keyfiyyət və miqdarının yoxlanması iki metodla: **seçmə** və **göndərilən əmtəənin bütövlükdə yoxlanması** ilə həyata keçirilir. “Təhvil-təslim” şərti, qeyd edildiyi kimi, göndərilən əmtəənin müqavilədə şərtləndirilmiş keyfiyyətə uyğunsuzluğu zamanı tərəflərin hüquq və öhdəliklərini də müəyyən edir. Əgər alıcı tələb edilən keyfiyyətdən aşağı əmtəəni qəbul edərsə, razılaşmaya əsasən onu aşağı qiymətə alır. Beynəlxalq təcrübədə bu güzəşt “**refaksiya**” adlanır. Əgər əmtəə tələb edilən keyfiyyətdən yüksək olarsa, onda buna görə alıcının ödədiyi əlavə ödəniş “**bonifikasiya**” adlanır. Həm refaksiya və həm də bonifikasiyanın həcmi kontraktın və ya arbitrajda müəyyən olunur.

11. Reklamasiyalar - göndərilən əmtəənin keyfiyyət və miqdarının kontraktın göstərilən şərtlərə qeyri-uyğunluğu aşkar edildikdə alıcının satıcıya təqdim etdiyi iradələrin məcmusunu nəzərdə tutur.

12. Zəmanət şərtləri. Maşın və avadanlıqlara aid kontraktlarda, adətən, satıcının əmtəənin keyfiyyətinin müəyyən zəmanət müddətində saxlanması məsuliyyətini öz üzərinə götürməsinə əks etdirən şərtlər də mövcud olur. Bu zəmanət şərtlərində aşağıdakılar müəyyən olunur: satıcı tərəfindən təqdim olunan zəmanətlərin həcmi, zəmanət müddəti, əmtəənin kontraktın şərtində göstərilən keyfiyyətə uyğunsuzluğu zamanı satıcının məsuliyyəti və s. Təqdim olunan zəmanətlərin həcmi kontraktın texniki şərtlərindən və əmtəənin xarakterindən və s. asılı olur.

13. Müqavilənin yerinə yetirilməsini təmin edən şərtlər,

cərimələr və sığortalanma. Müqavilənin yerinə yetirilməsini təmin edən şərtlər pozulduqda müxtəlif cərimələr: əmtəənin göndərilməsinin gecikdirilməsi, tərəflərin öz hüquqlarının digər üçüncü bir dəfə verilməsi, müqavilənin şərtlərinin dəyişdirilməsi və ya onun ləğvi və s. ilə bağlı digər öhdəliklərin yerinə yetirilməsinə görə cərimələr tətbiq olunur. Qeyd edildiyi kimi, ixracatçı malın göndərilməsində gecikmələrə yol verərsə, idxalçının bu hadisədən ziyan çəkməməsi üçün gecikdirilən müddətdən asılı olaraq müqavilədə cərimə nəzərdə tutulur ki, bu da, adətən, vaxtında çatdırılmayan malın dəyərinin 8-10%-dən həcmindən çox olmur. Bununla yanaşı, ödənişin gecikdirilməsinə görə də cərimə nəzərdə tutula bilər.

Sığortalanma. Kontraktın bu bəndində sığorta predmeti, risk siyahısı, sığortaçı və həmçinin sığortanın xeyrinə həyata keçirildiyi tərəf müəyyən olunur. Demək olar ki, bütün növ beynəlxalq kommersion müqavilələrində, adətən, mallar daşınma zamanı zədələnmə və yaxud itkilərdən sığorta olunurlar.

14. Əvvəlcədən nəzərdə tutulmayan öhdəliklər barədə şərtlər (“fors-major” halları). Demək olar ki, bütün alqı-satqı kontraktları özlərində müqavilənin icrasını, onun yerinə yetirilməsi müddətini dəyişdirməyə və yaxud da tərəfləri kontraktın qeyd edilən öhdəliklərdən qismən və ya tam azad etməyə səbəb olan maneələr, nəzərdə tutulmayan faktorlar, hadisələr, ümumi halda desək, “fors-major” halarını da əks etdirir. Hər iki tərəfin maraqları çərçivəsində hansı vəziyyətlərin fors-major hallarına aid olması qabaqcadan razılaşdırılmalıdır. Dəf edilə bilməyən qüvvələrin qarşısının alınması müddəti kontraktın razılaşdırılan müddəti ötərsə, onda hər bir tərəf sonradan öz öhdəliklərinin yerinə yetirilməsindən imtina hüququna malik olur və bu halda heç bir tərəf mümkün itkilərin ödənilməsinə qarşı tərəfə irad edə bilməz.

15. Arbitraj. Kontraktın bu bölməsində tərəflər arasında

meydana çıxan mübahisələrin sülh yolu ilə, daha çox isə arbitraj vasitəsilə həll edilməsi də öz əksini tapır. Tərəflər kontraktın mümkün mübahisələrin Beynəlxalq Ticarət Palatasındakı arbitraj məhkəməsi vasitəsilə həll edilməsi barədə razılığa gələ bilirlər. Kontraktın bu bölməsində mübahisələrin həll qaydası və müddəti əks olunur. “Arbitraj şərtləri”ndə tərəflər əgər, müqavilə ilə bağlı mübahisə, yaxud fikir ayrılıqları üzrə problemlərin ümumi məhkəmədə həll edilməsinə aid olmadıqda, onda, öz ölkələrində, ya da üçüncü bir ölkədə stabil fəaliyyət göstərən arbitraja göndərilməsi şərtini qeyd edə bilirlər. Kontraktın şərtlərində o da qeyd oluna bilər ki, arbitraj xərclərinə hansı tərəf, hansı miqdarda pul məbləği ödəməlidir, həmçinin vaxtı uzanan arbitrajın işinin avanslaşdırılmasını hansı tərəf yerinə yetirməlidir. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, alqı-satqı kontraktlarında ən çox nəzərdə tutulan məqam arbitraj üzrə xərclərin uduzan tərəfindən həyata keçirilməsidir.

16. Kontraktın nəqliyyat şərtləri. Bu şərtlər özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- yüklənmə, boşaldılma, yükün verilməsi məntəqələri, portların adları;
- alıcı və satıcı arasında yüklənmə - boşaldılma xərclərinin bölüşdürülməsi;
- çarter proformunun və ya konosamentin (daşınma müqaviləsinin rəsmiləşdirilməsi üçün) seçilməsi;
- gəminin yüklənmə (boşaltma) limanına gəlməsi və yüklənmə əməliyyatının yerinə yetirilməsinə hazır olması haqqında informasiyanın ardıcılığı;
- yüklənmə (boşaltma) normaları və **“staliy vaxtı”**nın (fraxtlayıcı – daşıyıcı tərəfindən çarter və ya digər dəniz daşınması müqaviləsinə əsasən şərtləndirilən fraxta görə ödənişdən başqa, heç

bir ödəniş etmədən gəminin yüklənmə (boşaltma) altında saxlandığı maksimum dövrüdür) hesablanması qaydası;

- **stivodorlar** (fraxtlayıcı tərəfindən müəyyən edilən və yüklənməni (boşaltmanı) həyata keçirən şəxs) və **agentlərin** (fraxtlayıcı tərəfindən təyin edilən və gəmiyə xidmət edən, o cümlədən gömrük rəsmiləşdirilməsini, kapitanın tələblərini yerinə yetirən şəxs) müəyyən edilməsi şərtləri;

- **demerecin** gəminin emal üçün müəyyən edilmiş (staliy vaxtından) vaxtdan artıq saxlanmasına görə gəmi sahibinin fraxtlayıcıdan əvvəlcədən şərtləndirilmiş şəkildə ala biləcəyi kompensasiya (və ya cərimədir) və **dispaçın** (gəmi sahibinin fraxtlayıcıya, gəmini vaxtından əvvəl emal üçün ödədiyi mükafatdır) daşıyıcıya ödənilməsi qaydaları.

Digər şərtlər. Bu bənddə əvvəlki bölmələrdə əksini tapmayan bir sıra digər əlavə şərtlər də qeyd oluna bilər. Bundan başqa, müqavilə obyektindən asılı olaraq bura digər bölmələr də əlavə oluna bilər (məsələn: texniki şərtlər, yoxlanış-sınaq şərtləri və s.).

4.4. Kompleks avadanlıqlar, xammal və yarımfabrikatlar üçün bağlanan kontraktların əsas xüsusiyyətləri

Alqı-satqı kontraktlarının xüsusiyyətləri əsasən iki növ əmtəələrə görə fərqlənir:

1. Kompleks avadanlıqlar üçün bağlanan kontraktların xüsusiyyətləri:

Bu kontraktlar mürəkkəb məzmunu, alıcı və satıcı tərəfindən müxtəlif şərt və öhdəliklərin, incəliklərin müəyyən edilməsi, satıcının həm mal göndərmədən qabaq, həm də sonra çoxlu sayda öhdəlikləri, alıcı ilə sıx əlaqələri və s. ilə fərqlənilir. Mürəkkəb və kompleks avadanlıqlara görə mal göndərmədə iştirak edən müəyyən

qrup firmalar (alıcı, satıcı, xüsusi firmalar) arasında əlaqələr sistemi qurulur. Belə kontraktlarda mal göndərmə həcminə aiddir:

- layihə-texniki sənədlər;
- müəyyən məhsuldarlığı olan (xammal, yanacağın sərfi) avadanlıqlar və hazır məhsul;
- texnoloji, köməkçi, nəzarət-ölçü cihazları və digər avadanlıqlar;
- texniki xidmətlər (mütəxəssisin göndərilməsi, avadanlıqların sazlanması, buraxılması, istismarı, öyrətmə və s.);
- üç növ ödəniş (avans, nəgd, məqsədli kredit) forması;
- qəbul-təhvil xüsusiyyətləri (qəbul satıcının zavodunda həyata keçirilir), onarın qayda və mərhələləri və s.

Belə növ kontraktlarda layihənin, yəni məhsulun işlənməsi alıcının tələblərinə əsasən onun texniki-iqtisadi şərtlərinə uyğun həyata keçirilir. Kompleks avadanlıqlar kontraktının “keyfiyyət” şərtində mütləq müəyyən texniki parametrlərin və hesabat göstəricilərinin əldə edilməsi üçün sonradan sınaqların həyata keçirilməsi qaydaları, həmçinin ümumi texniki şərtlərə və standartlara istinad, avadanlıqların mərhələ üzrə qəbulu və s. göstərilir. Kontraktın “göndərilmə müddəti” şərtində mütləq konkret qismən göndərilmə müddəti qeyd edilir. Adətən, göndərilmə vaxtı təhvil-təslim aktının vaxtı hesab edilir. Kompleks avadanlıqlara olan kontraktın əsas xüsusiyyəti qiymətlərin hesablanması mürəkkəb metodları, hər bir göndərilən hissəyə kontraktın imzalandığı və göndəriş anında qiymətin müəyyən edilməsi, xammal və materialın, əmək haqqının dəyişilməsilə bağlı qiymətlərə düzəliş ilə sıx bağlıdır. Ödəniş üsulları avadanlıqların konkret olaraq göndərilməsilə əlaqədardır. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, üç ödəniş üsulundan, nəgd, avans və kreditdən istifadə olunur. İri və bahalı avadanlıqlara daha çox bu üç üsul birlikdə tətbiq olunur. Nəgd ödəniş belə kontraktlarda, adətən, qismən ya ayrı-ayrı göndərilən hissələrə, ya da

avadanlığın hazırlıq dərəcəsinə görə həyata keçirilir. Avans ödəniş çox vaxt sifarişin yerinə yetirilməsinə qədər ödənilir. Avans əmtəə formasında, sifariş olunan avadanlığın hazırlanması üçün lazım olan komplektləşdirici məmulatlar və ya xammalın göndərilməsi kimi də həyata keçirilə bilər. Avans pul formasında sifarişin ümumi dəyərinin 10-15%-i həcmində müəyyən edilə bilər. Kompleks avadanlıqların göndərilməsi daha çox məqsədli kreditləşmə əsasında yerinə yetirilir. Belə növ kontraktlar üçün eyni zamanda bir neçə hesablaşma formasının (inkasso, akkreditiv və s.) seçilməsi də xarakterikdir. Maşın və avadanlıqlar üçün olan kontraktların təhvil-təslim şərtlərinin əsas xüsusiyyəti odur ki, təhvil-qəbul avadanlığı hazırlayan zavodda həyata keçirilir, ona görə də kontraktda təhvi-təslimin mərhələləri, müddəti, qəbul üzrə mütəxəssis öhdəlikləri və s. ətraflı qeyd olunur. Belə kontraktlarda satıcı, adətən, müəyyən edilmiş müddətdə keyfiyyətə görə məsuliyyəti öz üzərinə götürür və bu öhdəlik kontraktın “zəmanət” şərtində əksini tapır. Bu şərt müəyyən edilən müddətdə avadanlıqların hesabat göstəricilərinin əldə edilməsini (satıcı tərəfindən) nəzərdə tutur və bundan sonra kontraktın dəyərinin 5-10%-i həcmində olan zəmanət dəyəri ödənilir.

2. Xammal və yarımfabrikatlar üçün bağlanan uzunmüddətli kontraktların xüsusiyyətləri. Müasir dövrdə iri həcmli uzunmüddətli kontraktlar geniş yayılmışdır. Belə kontraktların əsas obyektlərinə: təbii qaz, daş kömür, dəmir filizi, neft və s. müxtəlif xammallar aiddir. Uzunmüddətli ticarət kontraktlarının özünəməxsus üstünlükləri vardır:

- emal sənayesinin məhsullarından fərqli olaraq mənəvi cəhətdən köhnəlmirlər;

- onların keyfiyyəti dəyişməz qalır ki, bu da təkə satıcının deyil, həm də alıcının maraqlarına cavab verir;

- uzun müddətdə istehsalçının stabil xammal tələbatını ödədiyi

üçün, perspektiv istehsal inkişafını təmin edir;

- qiymətlərin, tələb və təklifin nisbətən dayanıqlı, uzunmüddətli səviyyəsi mövcud olur, nəticədə stabil müqavilə münasibətləri yaranır (dünya qaz bazarlarında kontraktın orta müddəti 20 il təşkil edir).

Uzunmüddətli kontraktlarda qiymətlər ya razılaşmanın bütün fəaliyyət dövrü üçün birdəfəlik, ya da bir il, yarım il müddətinə və sonradan müntəzəm olaraq baxılması şərtilə müəyyən olunur. Xammal məhsullarının uzunmüddətli kontraktlarında qiymətlərin müəyyən edilməsi zamanı qeyd edilmiş və az dəyişən qiymətlər əvəzinə, daha çox cari və məhdud-dəyişən qiymətlərdən istifadə olunur. Belə kontraktlarda çox vaxt orta birja kotirovka qiymətlərindən də istifadə olunur. Bununla bağlı qeyd etmək lazımdır ki, xammal və yarımfabrikatlara uzunmüddətli kontraktlarda orta qiymətlərdən istifadəyə üstünlük verilir.

Orta qiymətlər – verilən bazarda lider kompaniyaların kifayət qədər etibarlı məlumat qiymətləri, digər topdansatış bazar qiymətləri və əsasən də dünya əmtəə birjalarının kotirovkası üzrə az və ya daha böyük müddət ərzində formalaşan qiymətlərdir.

4.5. Alqı-satqı kontraktlarının icrası, əmtəələrin yüklənməsinə hazırlıq və qoyulan tələblər

Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarının icrası tərəflərin öz üzərinə götürdükləri öhdəliklərin; kontraktın predmeti olan əmtəənin satıcı tərəfindən əmtəənin alıcısına göndərilməsi və alıcının isə müəyyən edilmiş qiymətdə ödənişin həyata keçirilməsi, yəni yerinə yetirilməsilə bağlıdır. Bunun üçün daha doğrusu, satıcının öz öhdəliyini yerinə yetirməsi üçün o, vaxtında əmtəəni yüklənməyə hazırlamalı və əmtəənin yüklənməsi üçün, həmçinin alıcı tərəfindən

ödənişin həyata keçirilməsi üçün lazım olan sənədləri rəsmiləşdirməlidir.

Maşın və avadanlıqların göndərilməsi zamanı isə kontraktın icrasına onların texniki xidmətinin təşkili də aiddir.

Əmtəənin yüklənməsinə hazırlıq satıcının: nəqliyyat, iqlim xüsusiyyətləri və əmtəənin göndərildiyi ölkənin gömrük rejiminin xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması şərtilə, əmtəənin qablaşdırılması və markalanmasına qoyulan müəyyən tələblərin yerinə yetirilməsini nəzərdə tutur. Bu tələblər ayrı-ayrı ölkələr, nəqliyyat növləri və müxtəlif növ əmtəələr üçün özünə məxsus xüsusiyyətləri olmaqla, müxtəlifdir.

Əmtəənin göndərilməsi prosesində düzgün və səmərəli qablaşdırma tələblərinin yerinə yetirilməsi yükün istehsalçıdan alıcıya nəqlində vacib mərhələlərdən biridir. Bununla əlaqədar əmtəənin əsas xüsusiyyətləri, fiziki vəziyyəti, çəkisi, ətraf mühitlə münasibəti və s. nəzərə alınmalıdır.

Beləliklə, əmtəələrin yüklənməsinə hazırlıq zamanı qablaşdırma tələbləri aşağıdakılardır:

-qablaşdırmanın növü və görünüşü əmtəənin xüsusiyyətinə uyğun olmalıdır;

-qablaşdırma əmtəənin təyinat ölkəsinin mövcud qanunvericiliyinə, gömrük rejiminə və iqlim şəraitinə uyğun olmalıdır. Əgər tələb olunarsa, **qablaşdırma reklam məqsədini** də yerinə yetirməlidir.

Əmtəənin nəqli ilə bağlı qablaşdırmaya qoyulan tələblər zamanı aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır:

- nəqlin dövrü, məsafəsi və üsulu;
- əmtəənin yolda yenidən yüklənməsi imkanı;
- nəql zamanı temperatur rejimi və nəmlik;
- ilin dövrləri (hava şəraiti);

- nəqlin ödəniş üsulları;
- əmtənin nəqlində onun digər yüklərlə uyğunluğu və s.

Yüklərin müxtəlif nəqliyyat növlərilə daşınması ilə əlaqədar bu daşınmalarda da qablaşdırmaya xüsusi tələb qoyulur:

- **Yüklərin dəniz daşınması** zamanı yükün yükə təzyiqi, həmçinin gəminin yırğalanması zamanı yan təzyiqi, yük qapaqlarının ölçüsü, yad iylərin və çirkləndirici maddələrin daxil olması imkanı və s. nəzərə alınmalıdır.

- **Əmtələrin dəmiryolu ilə nəqli** zamanı dəmiryolu stansiyalarında manevr və tormozlanma zamanı itələnmələr, körpülərin, tunellərin ölçüsü, yük yerlərinin xarici forması, dəmiryolu ilə açıq daşınmada nəmliyə dözümlülük və s. nəzərə alınmalıdır.

- **Aviadaşınmalar** zamanı qabların maksimum yüngül olması (daşınma xərci aviareyslərdə baha olduğu üçün), odadavamlı, kip örtülmüş taraların olması və s. tələblər qarşıya qoyulur. Qeyd etmək lazımdır ki, aviadaşınmalarda itələnmələrin güclü olmaması səbəbindən qablaşdırmanın dözümlü olmasına digər nəqliyyat növlərindən fərqli olaraq böyük tələblər qoyulmur.

- **Avtomobil daşınmaları zamanı** isə qablaşdırma əmtənin növündən asılı olmaqla; avtomaşının yük götürmə qabiliyyəti, yolun vəziyyəti və s. tələblər nəzərdə tutulmalıdır.

İqlim şəraiti ilə bağlı qablaşdırmalara qoyulan tələblərdən, xüsusilə, tropik ölkələr üçün (nəmlik 90% və havanın temperaturu 30-40⁰S olduğuna görə) kip taralar, qutular və metal konteynerlərin olmasını göstərmək olar.

Gömrük rejimi ilə bağlı qablaşdırmaya qoyulan tələblərə: gömrük tarifinə uyğun maksimum qablaşdırma, (brutto çəkiyə görə gömrük rüsumları), tara tariflərində (çəllək, qutu, torlu qab, baraban – bu növlərə gömrük tarifləri güzəştləri tətbiq olunur) olmayan qablaşdırmaya daha çox gömrük rüsumu alındığı üçün, daha çox bu

növ taralardan istifadə, taralar qiymətli materiallardan hazırlanırsa, onda əlavə gömrük rüsumu alındığının nəzərə alınması və s. aiddir.

Bütün bunlarla yanaşı qeyd etmək lazımdır ki, hər bir ölkənin müəyyən qablaşdırmalara uyğun qanunvericiliyi olduğu üçün, uyğun tələblərin də qablaşdırma zamanı nəzərə alınması vacibdir. Yüklərin nəqli zamanı onların markalanmasına xüsusi tələblər qoyulur.

Əvvəlki bölmələrdə qeyd edildiyi kimi, **markalanma** – qablaşdırmada, birkalarda və ya yüklənən əmtəənin özündə təsvir olunan lazımi yazılış, şərti işarədir. Bunlar yükün alıcıya daşınması, çatdırılması və təhvilə üçün lazımdır. Kontraktların icrası zamanı markalanmaya qoyulan tələblərin bir daha qeyd edilməsi məqsədlidir.

Beləliklə, **markalanma** – özündə aşağıdakıları birləşdirməlidir:

-yüku alan üçün lazım olan işarə, yükü göndərən və alanların adları (və ya onları əvəz edən şərti işarələr), netto və brutto çəki, kontraktın, qaimənin, verilən yerin nömrəsi - **bunlar əmtəə markalanması adlanır.**

-yüku daşıyan nəqliyyat təşkilatı üçün lazım olan məlumatlar; ölkənin yükün yola salınma və təyinat məntəqəsinin adı, yenidən yüklənmə marşrutları – bunlar **yük markalanması** adlanır.

-daşınma zamanı lazım olan işarələr: vaqonların nömrəsi, gəminin adı və s. işarələr - bunlar **nəqliyyat markalanmaları** adlanır - başqalarından fərqli olaraq yükü yola salan deyil, yükü daşınmaya qəbul edən nəqliyyat təşkilatları tərəfindən yerinə yetirilir.

-əmtəənin yolda saxanılması, onun yüklənməsi, boşaldılması işləri, əmtəənin daşınması zamanı onunla necə rəftar edilməsini göstərən işarələr – bunlar **xüsusi markalanma** adlanır.

Markalanma həmçinin əmtəənin istehsal olduğu ölkənin göstərişlərini özündə əks etdirməli, yazıların ölçüsü və onların aparılmasına görə gömrük tələblərinə uyğun olmalıdır.

4.6. Beynəlxalq kommersioniya sövdələşməsinin yerinə yetirilməsini rəsmiləşdirən xarici ticarət sənədləri

Xarici ticarət sövdələşməsinin, daha doğrusu əmtəənin satıcı tərəfindən göndərilməsi, onun nəqli, sığortalanması, anbarlarda saxlanması, gömrükdən keçirilməsinin icrasını və s. təsdiq edən sənədlər **xarici ticarət sənədləri** (XTS) adlanır. Yerinə yetirilən vəzifələrdən asılı olaraq, xarici ticarət sənədlərini şəkil 4.4-də göstərildiyi kimi səkkiz qrupa ayırmaq olar. Yola salınma məntəqəsindən təyinat yerinə qədər yüklə birlikdə olan sənədlər **əmtəə müşaiyətədiçi sənədlər** adlanır. Bura kommersioniya, nəqliyyat və gömrük qrupu sənədləri daxildir. Əmtəələrin yüklənməsi ilə bağlı tərtib olunan sənədlər (adətən, onlar kontraktı sayılır) **yüklənmə sənədləri** adlanır. Sənədlər xüsusi blanklarda yerinə yetirilir və bütün sənədlər üçün ümumi olan müəyyən rekvizitlərə: ixracatçı və ya yük göndərən və idxalçının (yük alanın) adı, ünvanları, telefonları, faks, sənədin adı, tarixi, kontraktın adı və ya sifarişin nömrəsi, imzalanma tarixi, qaimənin nömrəsi, əmtəənin adı, təsviri, onun miqdarı, çəkisi, qablaşdırmanın növü və markalanma və s. malikdirlər.

1. İxrac əmtəəsinin istehsalçının təminatı üzrə XTS- aşağıdakılardır:

a) Alış üçün tapşırıq – sifariş edilən və ya satış üçün təklif edilən əmtəənin hazırlanması və ya istehsalı üçün lazım olan material və məmulatların alışı üçün müəssisəyə verilən sənəddir.

b) Hazırlanma üzrə təlimatlar sifariş edilən və ya satış üçün təklif edilən əmtəənin hazırlanması üçün müəssisəyə verilən sənəddir.

c) Anbardan çıxarılma qaiməsi – müştəri tərəfindən sifariş edilən əmtəənin anbardan buraxılması üçün müəssisəyə verilən göstəriş sənədidir.

d) Fakturalaşdırma cədvəli – kommersiya hesabının tərtibi üçün əsas kimi istifadə edilən və satılan əmtəə haqqında məlumatı özündə əks etdirməklə, müəssisəyə verilən sənəddir.

e) Qablaşdırma üzrə təlimatlar - əmtəənin necə qablaşdırılması barədə göstərişləri özündə əks etdirən və müəssisəyə verilən sənəddir.

f) Əmtəənin daxili nəqli üçün qaimə - əmtəənin müəssisədə daxili nəqli ilə bağlı təlimatları özündə əks etdirən sənəddir.

g) Statistik və başqa daxili inzibati sənədlər - istehsal və başqa daxili məlumatlar, həmçinin inzibati məqsədlər haqqında statistik məlumatların yığılması məqsədilə müəssisəyə verilən sənəddir.

h) Əmtəənin yüklənməyə hazırlanması üzrə XTS-ə aiddir:

a) Fraxtlaşmaya sifariş – arzu olunan nəqliyyat növünün, onun yola salınması vaxtı və s. göstərilməklə, mal göndərən yük daşıyandan müəyyən əmtəənin yola salınması üçün yerin ehtiyat edilməsi xahişini göstərən sənəddir.

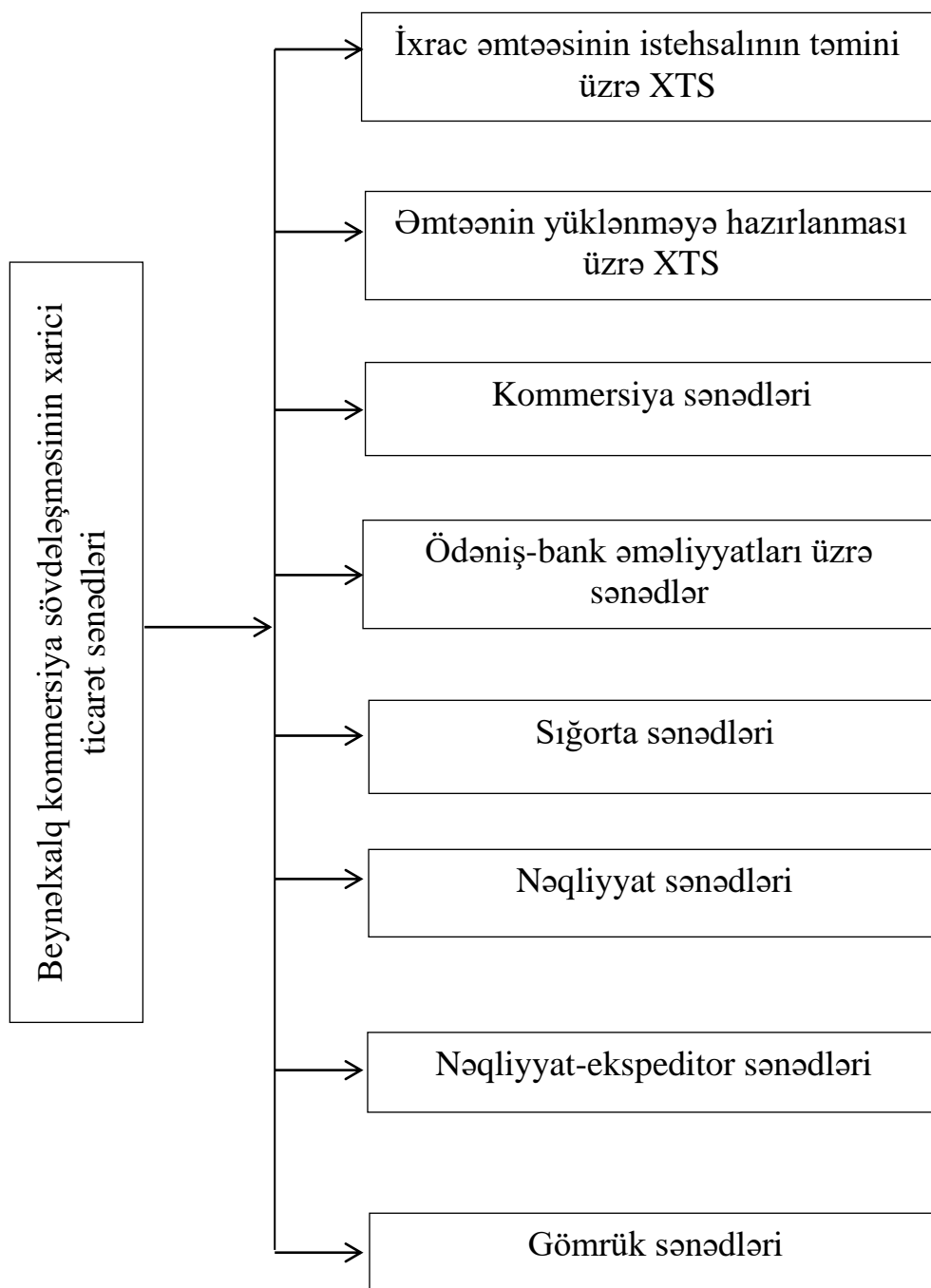
b) Yola salınma üzrə təlimatlar – yükün daşınması ilə bağlı ixracatçının tələbləri və yük haqqında ətraflı məlumatları göstərir.

c) Yüklənmə üzrə tapşırıqlar (hava daşınmaları üzrə) yük göndərən avia yüklənməni hazırlamaq üçün avia agentə verdiyi sənəddir.

d) Daşınma orderi yerli daşınma üçündür – müəssisənin anbarından daşıyıcının anbarına yerli daşınma təlimatlarını özündə əks etdirən sənəddir.

e) Yüklənməyə hazırlıq haqqında xəbərdarlıq – malgöndərən tərəfindən alıcının sifariş etdiyi əmtəənin yola salınması haqqında xəbərdarlıq edilməsi sənədidir.

f) Yola salınma orderi – malgöndərən tərəfindən əmtəənin alıcıya (yükü alana) çatdırılması üçün yük göndərənə verilən sənəddir.



Şəkil 4.4. Beynəlxalq kommersiya sövdələşməsinin rəsmiləşdirən xarici ticarət sənədlərinin növləri

g) Yola salınma haqqında xəbərdarlıq – satıcının və yük göndərəninin yük alana yükün göndərilməsi barədə olan məlumatı əks etdirən sənəddir.

h) Sənədlərin paylanması haqqında məlumatlar – XTS-ni alanlara sənədlərin əsli və surətinin göndərilməsini nəzərdə tutur.

i) Mal göndərilməsinə icazə - alıcı tərəfindən satıcının əmtəəni yola salmağa hazır olması haqqında məlumatından sonra verilən icazə sənədidir.

2. Kommersiya sənədləri - əmtəənin dəyər, keyfiyyət və kəmiyyət xarakteristikaları haqqında məlumatları özündə əks etdirən sənədlərdir. Bunları satıcı öz blanklarında rəsmiləşdirir, alıcı isə bunun əvəzində ödənişi həyata keçirir. Əmtəənin dəyər xarakteristikaları həm hesabda və həm də hesab-proformada verilir.

Çox vacib sənəd kimi kommersiya hesabını qeyd etmək lazımdır:

- **kommersiya hesabı** – satıcının alıcıya göndərilən əmtəəyə görə ödəniş haqqında tələb olmaqla, əsas hesabat sənədidir. Hesab aşağıda qeyd edilmiş tələb olunan işləri yerinə yetirmək üçün təqdim olunur: banka alıcıdan tələb olunan ödənişi almaq üçün, sığorta edənə yükün sığortalanması zamanı sığorta mükafatının hesablanması üçün, idxalçının xarici valyutanı almaq üçün, onun ölkəsinin valyuta orqanlarına təqdim edilməsi üçün, vergi rüsumlarını hesablamaq məqsədilə vergi orqanları üçün, idxal-ixrac lisenziyasını əldə etmək məqsədilə dövlət orqanlarına vermək üçün və s. təqdim olunur. Yerinə yetirdikləri vəzifələrinə görə hesabların aşağıdakı növləri vardır:

- **hesab faktura (invoice account), hesab spesifikasiya (invoice specification), əvvəlcədən hesab (preliminary), hesab-proform (proforma invoice).**

Əmtəə və ya əmtəə partiyasının miqdar xarakteristikasını

verən sənədlərə: spesifikasiya, texniki sənədləşmə, qablaşdırma vərəqi aiddir.

Göndərilən əmtənin keyfiyyətini göstərən sənədlərə keyfiyyət haqqında sertifikat, zəmanət öhdəliyi, sınaq protokolu, yüklənməyə icazə aiddir.

3.Ödəniş-bank əməliyyatları üzrə sənədlərə aiddir:

- bank köçürmələri üzrə göstərişlər;
- bank traktı üçün ərizə;
- inkasso ödənişi haqqında xəbərdarlıq;
- əmtəə akkreditivi üzrə ödəniş haqqında xəbərdarlıq;
- əmtəə akkreditivinin qəbulu üzrə xəbərdarlıq;
- əmtəə akkreditivinin ödənişi üçün sənədlərin qəbulu haqqında xəbərdarlıq;
- bank zəmanəti üzrə ərizə;
- bank zəmanəti;
- əmtəə akkreditivi üzrə zəmanət məktubu;
- inkasso tapşırığı;
- əmtəə akkreditivinə ərizə;
- əmtəə akkreditivi;
- əmtəə akkreditivinin açılması haqqında xəbərdarlıq;
- əmtəə akkreditivinin köçürülməsi haqqında xəbərdarlıq;
- əmtəə akkreditivinin dəyişdirilməsi haqqında xəbərdarlıq;
- bank trattası;
- sadə və köçürmə veksələri;
- borc öhdəliyi və s.

4.Sığorta sənədləri – sığorta sənədləri sığortaçı və sığortalanan tərəflər arasındakı münasibətləri əks etdirir. Onlara aiddir;

Sığorta polisi – sığortaçı tərəfindən verilir, sığorta müqaviləsini təsdiq edən və bütün sığorta şərtlərini (itkilər, risklərlə və s. bağlı ödənişlər) özündə əks etdirən sənəddir. O üç növdə: reys, baş və

qarışıq sığorta polisi formasında olur.

Reys sığorta polisi – sığorta təşkilatı ilə sığortalanan və ya onun əmtəənin yükləndiyi limanda ekspeditorun arasında bağlanır, özündə: sığortalananın adını, sığorta şərtlərini, sığortanın ölçüsünü, sığorta mükafatının məbləği haqqında məlumatları əks etdirir.

Baş sığorta polisi - uzunmüddətli sığorta müqaviləsidir, burada sığortanın müddəti, sığortaçının məsuliyyətinin həcmi və sərhədi, sığorta mükafatının məbləği və s. şərtlər göstərilir.

Qarışıq polis həm müəyyən reys üzrə, həm də müəyyən müddətə sığorta müqaviləsidir.

Sığorta sertifikatı - sığortanın həyata keçirildiyini və sığorta polisinin verildiyini təsdiq edən sənəddir.

Sığorta elanı (bordero) - sığortalananın öz sığorta edən təşkilatına ayrı-ayrı yük yola salınmaları haqqında verdiyi məlumatlardır.

Sığortaçının ödəniş hesabı – sığorta məbləğinin köçürülməsi üçündür.

Konvernot - sığortaçının sığortalananına onun göstərişlərinin yerinə yetirilməsi haqqında xəbərdarlıq sənədidir.

5.Nəqliyyat sənədləri (NS) – yük daşıyan tərəflərdən yükün daşınmaya qəbul edilməsini təsdiq edən sənədlərdir. **Dəniz daşınmalarında** belə nəqliyyat sənədləri: konosament, dəniz qaiməsi, şturman qeydləri, **dəmiryolu daşınmalarında** - dəmiryolu qaiməsi, yol cədvəli, **avia daşınmalarda** - avio yük qaiməsi, **avtomobil daşınmalarda** – avto yol daşınmaları qaiməsi, **daxili daşınmalarda** – universal yük sənədi, qarışıq daşınma sənədi, kombinə edilmiş daşınma sənədləri adlanır.

Yük daşınmanı təmin edən sənədlərə aiddir; yükün alınması haqqında yazılış, zəmanət məktubu, yükün nəqli haqqında ekspeditor şəhadətnaməsi, yük fraxtının təsdiqi, yola salınma haqqında ərizə-tələb, fraxt hesabı, yükün gəlib çatması haqqında xəbərdarlıq, yükün

daşınmasına maneələr haqqında xəbərdarlıq, mal göndərmə haqqında xəbərdarlıq, yük manifesti, konteyner manifesti və s.

Dəniz daşınmalarında vacib nəqliyyat sənədi konosament adlanır.

Konosament – gəmi sahibi tərəfindən verilən və yükün dəniz daşınması üçün qəbulunu təsdiq edən sənəddir. O nəqliyyat müşaiyətədi sənəd və yükün daşınması müqaviləsidir. Burada: gəmi və onun sahibinin adı, gəminin yük götürmə gücü, yükün yüklənməsi və boşaldılması limanları, fraxtın məbləği (harada həyata keçiriləcək ödəniş), verilən konosamentin nümunələrinin miqdarı və s. göstərilir.

Şturman yazılışı – gəmi sahibinin əmtənin daşınmaya qəbulunu təsdiq edən sənəddir.

Dəniz qaiməsi - yükün dəniz ilə daşınmasını və yüklənmə - boşaltma üçün qəbulunu təsdiq edən sənəddir.

Digər nəqliyyat növlərilə daşınan nəqliyyat sənədlərinə əsasən uyğun nəqliyyat növünün qaimələri aiddir.

6.Nəqliyyat ekspeditor sənədləri – İxracatçı tərəfindən müxtəlif növ əməliyyatların yerinə yetirilməsini: ekspeditor, yükün emalı, anbarlarda saxlanma, yükün daşınmasının təşkili, yükün yenidən yüklənməsi, yolda saxlanılma və yenidən qablaşdırma, yerli nəqliyyat növlərinin təqdim edilməsi, markalanma və qablaşdırma vəziyyətinin yoxlanması, lazımi liman, gömrük, sığorta, anbar və s. sənədlərinin rəsmiləşdirilməsini təsdiq edən sənədlərdir.

Ekspeditora müəyyən növ əməliyyatların yerinə yetirilməsinə tapşırıq xüsusi sənədlərlə: yüklənmə, nəqliyyat tapşırıqları və nəqliyyat qaydaları ilə müşaiyət olunur.

Nəqliyyat ekspeditor sənədlərinə həmçinin, ekspeditorun fəaliyyətilə bağlı müxtəlif növ sənədlər daxildir.

7.Gömrük sənədlərinə - əmtənin gömrük sərhədindən keçiril-

məsini rəsmiləşdirmək üçün tələb edilən sənədlərdir. Onlara aiddir: gömrük bəyannaməsi, ixrac, idxal və valyuta lisenziyaları, əmtəənin mənşəyi haqqında şəhadətnamə, konsul fakturası, tranzit sənədləri, veterinar, sanitar və zəmanət şəhadətnaməsi və s. aiddir.

Gömrük bəyannaməsi yük sərəncamçısının idxal və ya ixrac əməliyyatları zamanı sərhəddə gömrük orqanlarına təqdim etdiyi sənəddir. O özündə əsasən yük sənədinin nömrəsi, əmtəənin tarif adları və ya gömrük tarifinin uyğun bəndinə istinad, əmtəə partiyasının qiyməti və dəyəri və s. məlumatları əks etdirir. Tarif bəyannaməsinə, adətən, digər sənədlər də: hesab, keyfiyyət haqqında sertifikat və s. əlavə edilir. Əmtəədən rüsum tutulması ilə əlaqədar olaraq gömrük bəyannaməsi bir neçə formaya malik ola bilər.

İxrac-idxal lisenziyası – ölkədə konkret əmtəələrin aparılması və gətirilməsi üzərində nəzarətin mövcud olduğu halda xüsusi dövlət orqanları tərəfindən verilən sənəddir. Bu lisenziya, adətən, iki hissədən: onu almaq haqqında xahiş edənin ərizəsi və lisenziyanın özü. Lisenziya müəyyən müddətə verilir. Lisenziyada: idxal və ya ixrac ölkəsinin adı, FOB qiyməti, əmtəənin yüklənməsinə hazırlıq və ya onun gəlib çatması vaxtı göstərilir.

Valyuta nəzarəti bəyannaməsi (ixrac və idxal zamanı)-uyğun olaraq satıcı – ixracatçı və alıcı-idxalçı tərəfindən doldurulur və onun köməyi ilə kompetent orqan ticarət sövdələşməsi nəticəsində ölkəyə köçürülən (və ya ölkədən köçürülən) xarici valyutaya ödəniş şərtinə və mövcud valyuta nəzarətinə uyğun nəzarət edə bilər.

Valyuta lisenziyası və onun alınması üçün ərizə - səlahiyyətli orqan tərəfindən alıcı-idxalçı tərəfindən müəyyən məbləğin xarici valyutada ixracatçı-satıcıya ödənişi həyata keçirmək üçün verilən sənəddir.

Gömrük sənədləri içərisində gömrük bəyannaməsindən başqa, əlavə dəyər vergisi üçün **vergi bəyannaməsi**, kommersiya nəqliyyat

vasitələrilə daşınan yüklə bağlı yük bəyannaməsi, daxili tələbat üçün olan əmtəələr haqqında bəyannamə, əmtəələrin yubanmadan gömrükdən çıxarılması haqqında bəyannamə, təhlükəli yüklər haqqında bəyannamə, əmtəənin mənşəyi haqqında sertifikat (şəhadətnamə - ixracatçının ölkəsində səlahiyyətli orqan tərəfindən verilir) və əmtəənin mənşəyi haqqında bəyannamə, əmtəələrin tranzit daşınmaları üçün gömrük bəyannaməsi, beynəlxalq gömrük bəyannaməsi və s. mövcuddur. Digər müxtəlif gömrük sənədləri də mövcuddur (məsələn: əmtəənin keyfiyyəti haqqında şəhadətnamə, baxış haqqında şəhadətnamə, idxal və ixracın statistik sənədləri, veterinar, sanitar, zəmanət sertifikatları və s.).

4.7. Kontraktların icrası istiqamətində beynəlxalq ticarətin sadələşdirilməsi məsələləri

Beynəlxalq yük dövriyyələri həcmnin artması ilə əlaqədar olaraq, müasir dünya ticarət təcrübəsi beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının sadələşdirilməsini, standartlaşdırılmasını zəruri edir. Bununla əlaqədar 1960-cı ildə Avropa İqtisadi Komissiyası tərəfindən xarici ticarət sənədlərinin standartlaşdırılması və unifikasiyası üzrə İşçi qrupu yaradılmışdır. Qrupun tərkibinə 20-dən çox ölkə, bir sıra keçmiş SSRİ ölkələri daxildir. İşçi qrupu AİK-in (Avropa İqtisadi Komissiyasının) ilkin blanklarının sxemlərini (standart sənədlərin işlənməsi üçün) hazırladı. Bu sxemlər əsasında aşağıdakı sənədlərin standart formaları hazırlandı, yüklənmə spesifikasiyası, komplektləşdirici cədvəl, qablaşdırma vərəqi, keyfiyyət haqqında sertifikat, hesab, əmtəənin mənşəyi haqqında sertifikat, əmtəənin yüklənməsi tapşırığı, konosament, avia qaimə, sığorta ərizəsi, sığorta polisi və s. Avropa İqtisadi Komissiyası çərçivəsində həmçinin beynəlxalq ticarətdə məlumatların avtomat-

laşdırılmış emalı və kodlaşdırma üzrə ekspertlər qrupu da yaradıldı.

Avropa İqtisadi Komissiyası ilə BMT-nin İnkişaf və Ticarət üzrə Təşkilatı (UNCTAD) bu sahədə sıx əlaqələr yaratmağa başladı.

BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyası tərəfindən aşağıdakı təşkilati strukturlar yaradıldı:

- xarici ticarətin inkişafı üzrə komitə;
- beynəlxalq ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə işçi qrupu;

UNCTAD tərəfindən isə aşağıdakılar yaradıldı:

- ticarət və inkişaf üzrə şura;
- ticarətin sadələşdirilməsi üzrə xüsusi proqram.

Beynəlxalq ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi üzrə işçi qrupunun vəzifələrinə aşağıdakılar aiddir:

- İşçi qrupu tərəfindən məlumatların ötürülməsi və emalının avtomatlaşdırılmış və ya elektron sistemin səmərəli istifadəsi və xarici ticarət qaydalarının sadələşdirilməsi yolu ilə beynəlxalq ticarət və nəqliyyatın həyata keçirilməsi asanlaşdırılmışdır;

- Beynəlxalq planda beynəlxalq ticarətin həyata keçirilməsinin, yüklərin daşınması, onların xərclərinin azaldılması, sadələşdirilməsi məqsədilə qaydaların işlənməsi həyata keçirilmişdir;

- Ticarət rəsmiləşdirilməsi üzrə informasiyaları toplamaq və yazmaq;

- Problemlərin həllinin ümumi qaydalarını işləyib hazırlamaq və s.

İşçi qrupun proqramına beynəlxalq ticarətin sadələşdirilməsi üzrə çoxlu sayda layihələr daxil edilmişdir. Onlar aşağıdakı kimi təsnifləşdirilmişdir:

1. Müasir ticarət təcrübəsi və qaydaları;
2. Beynəlxalq ticarətin sadələşdirilməsi qaydaları;
3. Ticarətdə məlumatların ötürülməsi metodlarının

sadələşdirilməsi və uyğunlaşdırılması;

4. BMT-nin AİK-in tövsiyələrinin tətbiqinə təsir etmək;

BMT-nin AİK tərəfindən aşağıdakı tövsiyələri hazırlanmışdır:

1. AİK -in xarici ticarət sənədləri üçün formulyar-nümunəsi;

2. Xarici ticarət sənədlərində kodların yerləşdirilməsi;

3. Ölkə adları üçün kodlar və s.

Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq tələblər bütün təşkilat və ölkələr üçün məcburi qaydalar hesab olunur.

V FƏSİL. TİCARƏT VASİTƏÇİLƏRİ TƏRƏFİNDƏN HƏYATA KEÇİRİLƏN BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA ƏMƏLİYYATLARININ NÖVLƏRİ VƏ TƏŞKİLİ

5.1. Beynəlxalq ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının məzmunu

Ticarət-vasitəçi əməliyyatları (TVƏ) dedikdə, əmtəə istehsalçısı və ya ixracatçısının tapşırığı ilə ondan asılı olmayan sərbəst ticarət vasitəçi tərəfindən onlar arasında bağlanan razılaşma və ya ayrıca tapşırıq əsasında əmtəələrin alqı-satqısı ilə bağlı yerinə yetirilən əməliyyatlar başa düşülür. Ticarət vasitəçiliyi iqtisadi mənada geniş anlayışdır. O, böyük xidmətlər dairəsini: xarici kontragentlərin axtarılıb-tapılması, sövdələşmənin hazırlanması və bağlanması, tərəflərin kreditləşdirilməsi və alıcının əmtəənin dəyərinin ödənilməsinə dair zəmanətin təqdimi, nəqliyyat-ekspeditor əməliyyatının həyata keçirilməsi və əmtəənin nəqlinin sığortalanması, gömrük rəsmiləşdirilməsinin yerinə yetirilməsi, xarici bazarda əmtəənin reklamının və irəlilədilməsinin digər tədbirlərinin həyata keçirilməsi, texniki xidmətin reallaşdırılması və başqa növ əməliyyatların aparılmasını əhatə edir. Bütün bu əməliyyatları xüsusi ticarət -vasitəçi firmalar həyata keçirir.

Ticarət-vasitəçi firmalara əmtəənin istehsalçı və istehlakçısından həm hüquqi və həm də təsərrüfat münasibətləri ilə asılı olmayan firmalar aiddir. Belə firmalar tam nüstəqil olmaqla, ticarət-vasitəçilik fəaliyyətini həyata keçirmək üçün zəruri olan bütün iqtisadi göstəricilərə malik olurlar. Onların əsas məqsədi əsasən iki yolla mənfəətin əldə edilməsidir:

- birincisi: ixracatçıdan satın aldığı əmtəənin qiymətilə həmin əmtəənin idxalçıya satacağı qiymət arasındakı fərqlə;
- ikincisi: əmtəənin (və ya xidmətlərin) xarici bazarlara çıxışını

təmin etməklə, əldə edə biləcəkləri müxtəlif mükafat formaları ilə.

Qeyd etmək lazımdır ki, hal-hazırda beynəlxalq kommertiya-ticarət dövriyyəsinin yarından çoxu ticarət-vasitəçi firmaların payına düşür və onlar daha çox inkişaf etmiş ölkələrdə geniş yayılmışdır.

Müasir dövrdə ticarət-vasitəçi firmaların fəaliyyət dairələrindən biri də onların iri tikinti-sənaye layihələrinin həyata keçirilməsi məqsədilə beynəlxalq konsorsiumların işində iştirak etmək təşkil edir. Bu halda onlar, əsasən, konsorsium iştirakçıları arasında alqı-satqı əməliyyatlarının reallaşdırılması ilə bağlı xidmətləri həyata keçirirlər. Bundan başqa ticarət-vasitəçi firmalar öz fəaliyyət sahələrini genişləndirərək, xaricdə törəmə müəssisələrini yaratmaqla istehsal sferalarına da daxil olurlar. Onlar, bir qayda olaraq, özlərinin xüsusi maddi-material texniki bazalarına, anbarlarına, nümayiş zallarına, pərakəndə satış mərkəzlərinə və s. malik olurlar. Beləliklə, ticarət-vasitəçi firmaların kompleks fəaliyyət xidmətlərinə və ümumilikdə ticarət-vasitəçi əməliyyatlara aşağıdakılar aiddir:

- satışın təşkili üzrə əməliyyatlar, kontragentlərin axtarışı, satıcı adından sövdələşmənin bağlanması, alıcının ödəniş zəmanətinin təmin edilməsi, bazarın tədqiqi, reklam kampaniyasının keçirilməsi;

- nəqliyyat-ekspeditor xidmətləri, yüklərin nəqli və sığortalanması üzrə əməliyyatlar;

- ticarət əməliyyatlarının maliyyələşdirilməsi;

- texniki xidmət və eyni zamanda satışdan sonrakı texniki xidmət;

- bazarlar haqqında informasiyanın toplanması, emalı və təqdimi;

- öz hesabına alqı-satqı xidmətləri;

- istehsal və emal xidmətləri və s.

Vasitəçi-ticarət firmalarının fəaliyyətindən istifadə xarici firmalara böyük üstünlüklər verir ki, bu da onların beynəlxalq

ticarətdə böyük rolunun olduğunu bir daha təsdiqləyir:

- belə ki, ixracatçı firma idxalçı ölkənin ərazisində satış sferasının təşkilinə əhəmiyyətli vəsait qoymur, çünki, vasitəçi firmalar bu ərazilərdə böyük maddi-texniki bazaya malik olurlar;

- ixracatçı əmtəənin reallaşdırılması ilə bağlı bir çox işlərdən azad olur (daşınma, qablaşdırma, çeşidləmə, yerli bazara uyğunlaşma və s.);

- sövdələşmələrin maliyyələşdirilməsi üçün vasitəçi firmaların kapitalından və onların bank, sığorta, ekspeditor təşkilatları ilə olan dayanıqlı əlaqələrindən istifadə və s.

Ticarət-vasitəçi firmaların xidmətlərindən istifadə bu və ya digər üstünlüklərin əldə edilməsinə şərait yaratsa da, ixracatçılar üçün onlar müəyyən problemlər yaradır (ixracatçının satış bazarları ilə birbaşa əlaqəsinin qeyri-mümkünlüyü, onun tamamilə vasitəçi firmanın vicdanlı fəaiyyətindən asılılığı və s.).

5.2. Ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının növləri

İstehsalçı-ixracatçı və ticarət-vasitəçi arasındakı qarşılıqlı münasibətlərin xarakter və xüsusiyyətlərindən, həmçinin ticarət vasitəçisinin konkret olaraq yerinə yetirdiyi funksiyalardan asılı olaraq ticarət-vasitəçi əməliyyatları əsasən aşağıdakı dörd növə ayırmaq olar:

1. Yenidən satış və ya təkrar satış üzrə əməliyyatlar;
2. Komission (və ya komissiya) əməliyyatları;
3. Agent əməliyyatları;
4. Broker əməliyyatları.

1. Yenidən satış üzrə əməliyyatlar. Belə əməliyyatları ticarət vasitəçiləri öz adından və öz hesabına həyata keçirir. Bu isə o deməkdir ki, ticarət vasitəçiləri həm ixracatçı-satıcı ilə, həm də

idxalçı-alıcı iə sərbəst tərəf kimi müqavilə münasibətlərinə daxil olurlar. Bundan başqa belə əməliyyatlarda, vasitəçilər əmtəənin ödənişini həyata keçirdikdən sonra onlar bu əmtəənin mülkiyyətçisinə çevrilirlər.

Yenidən satış üzrə ticarət-vasitəçi əməliyyatlar iki növdə olur:

1) Ticarət-vasitəçisi ixracatçıdan əmtəəni alqı-satqı müqaviləsi əsasında alır və ona qarşı alıcı kimi çıxış edir. Bu zaman ticarət vasitəçisi əmtəənin xüsusi mülkiyyətçisi kimi çıxış edir və onu istədiyi bazarda və lazım bildiyi qiymətdə reallaşdırır (belə vasitəçilər ümumi halda operator, diler, prinsipial, Almaniyada – handler, İngiltərə və ABŞ-da isə merchant adlandırılırlar). Bu növdə ixracatçı ilə vasitəçi arasındakı münasibət alqı-satqı müqaviləsi üzrə tərəflərin öhdəlikləri yerinə yetirildikdən sonra kəsilir.

2) İkinci növ ticarət vasitəçi əməliyyatlarında ixracatçı müqavilə əsasında ticarət vasitəçisinə əmtəənin müəyyən ərazidə razılaşdırılmış müddətə satmaq hüququ verir. Belə vasitəçilər **müqavilə üzrə ticarətçilər** adlanır (Fransada – kommersant və ya konsessioner, Belçika və Yunanıstanda konsessioner, ABŞ və İngiltərədə - distribyutor, satışa hüququ olan şəxs, qrantı, ixracatçı isə qrantor, çox halda isə istehsalçı- manufacturer, mal göndərən – supplier və s. adlanır).

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində isə belə vasitəçilər ümumi şəkildə **distribyutor**, ixracatçı isə **mal göndərən** adlanır.

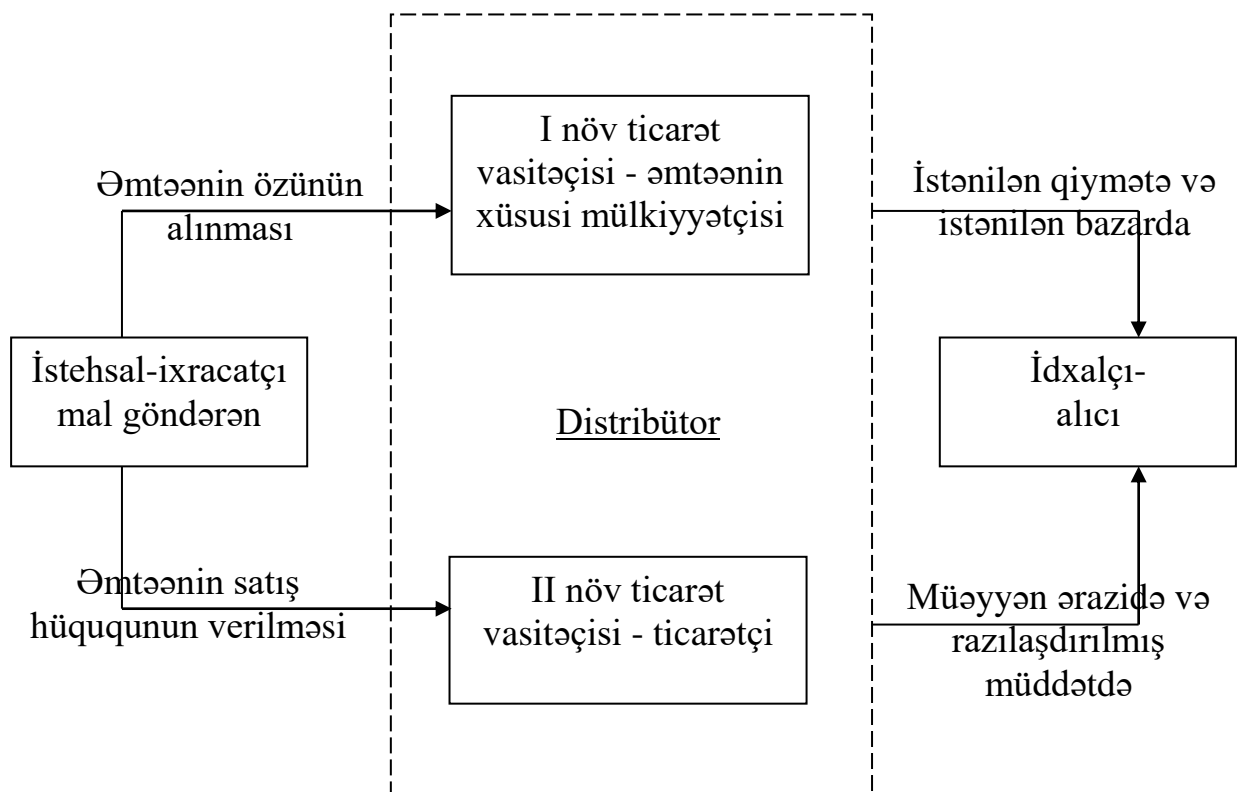
İkinci növ təkrar satış əməliyyatlarında vasitəçi ilə ixracatçı arasındakı satış hüququnun təqdim edilməsi haqqında olan alqı-satqı müqaviləsində təqdim edilən əmtəənin miqdarı və xüsusiyyəti, qiyməti, göndərilmə şərti, ödəniş, üsulu və forması, ödəniş müddəti və s. razılaşdırılır (şəkil 5.1.).

İstehsalçı ölkənin ərazisində yerləşən distribyutorun öhdəliyinə xarici kontragentdən sifarişin alınması və onun öz adından, öz

hesabına istehsalda yerləşdirilməsi daxildir. Belə əməliyyatlarda distribyutor beynəlxalq distribyutor razılaşmaları əsasında fəlaiyyət göstərir.

Beynəlxalq distribyutorların fərqləndirici xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

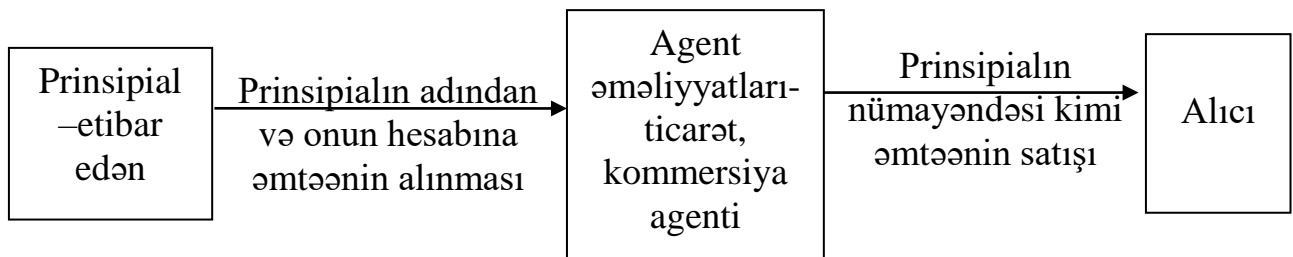
- əmtənin əldə edilməsi və öz hesabına və öz adından onun yenidən satılması;
- istehsalçı ilə sıx və etibarlı əlaqə, onun üçün müəyyən edilmiş ərazidə əmtənin satışının təşkili (razılaşdırılmış müqavilə əsasında);
- müəyyən edilmiş – razılaşdırılmış müddətdə istehsalçı ilə münasibətlərin saxlanması;
- öhdəliklər üzrə məhdud azadlıq distribyutoru rəqabətdən saxlayır;
- əmtənin istehsalçının əmtəə nişanı - markası adı ilə satışının həyata keçirilməsi və s.



Şəkil 5.1. Yenidən satış-təkrar satış üzrə ticarət vasitəçi əməliyyatlarının ümumi struktur sxemi

Agent əməliyyatları (AƏ). Agent əməliyyatları ticarətdə prinsipial (etibar edən) adlanan bir tərəfin tapşırığı əsasında ondan asılı olmayan agent (ticarət, kommersiya agenti) adlanan digər bir tərəfin razılaşdırılmış ərazidə prinsipialın adından və onun hesabına əmtəənin satışı və ya alışı ilə bağlı faktiki və hüquqi fəaliyyətin həyata keçirilməsi əməliyyatlarıdır.

Agent əməliyyatı, adətən, **agent razılaşması** adlanan (uzun və ya bir qədər az müddətə) çox illik razılaşma əsasında həyata keçirilir. Agentin sərbəstliyi onun prinsipialla əmək münasibətlərində olmaması və müəyyən mükafatla öz fəaliyyətini sərbəst həyata keçirilməsilə bağlıdır. O, əksər hallarda hüquqi şəxs kimi ticarət reyestrində qeydiyyatdan keçir. O, agent razılaşmasında göstərilən öhdəliklər çərçivəsində fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq, prinsipialın birbaşa nəzarətində olmur. Agentin prinsipialın hesabına və onun adından fəaliyyət göstərməsi onu digər müqavilə üzrə olan ticarətçilərdən – sövdələşməni öz adından və öz hesabına həyata keçirən distribyutordan və həmçinin üçüncü şəxs qarşısında çıxış edən, ancaq sövdələşməni komitentın (istehsalçının və ya onun nümayəndəsinin) hesabına yerinə yetirən komissionerdən fərqləndirir. Agent, yalnız alqı-satqı sövdələşməsini başa çatdırır, ancaq kontraktın digər tərəfi kimi çıxış etmir və əmtəəni öz hesabına almır. O, yalnız agent razılaşmasında qeyd olunan məsuliyyət çərçivəsində prinsipialın nümayəndəsi kimi çıxış edir. Agent razılaşmasının xüsusi hüquqi əsası vardır və onu digər razılaşmalarla qarışdırmaq olmaz (şəkil 5.2).



Şəkil 5.2. Agent əməliyyatlarının ümumi struktur sxemi

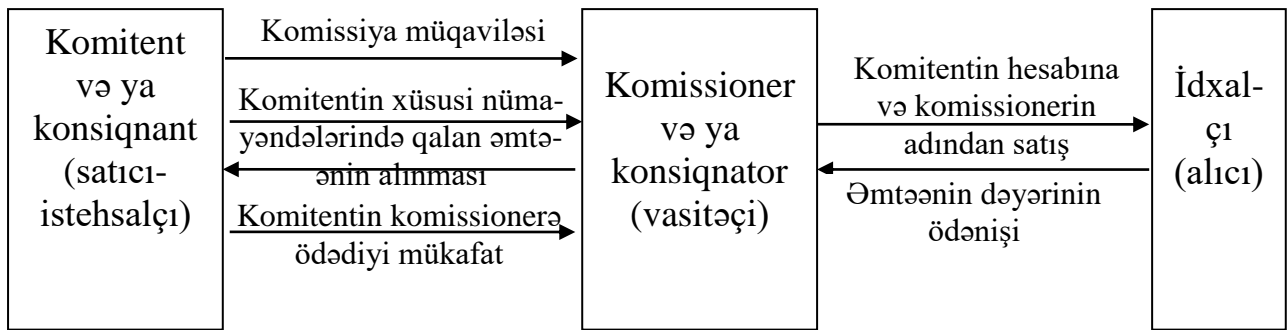
Agent əməliyyatlarının hüquqi tənzimlənməsi müxtəlif ölkələrdə fərqlidir. Bu xüsusiyyətlər hər bir ölkənin vətəndaş və ticarət kodekslərində və ya qanunlarında ətraflı əks etdirilir, və onların beynəlxalq kommersiya fəaliyyətində nəzərə alınması çox vacibdir. Müxtəlif ölkələrdə agentlərin müəyyən edilməsində əsaslı fərqlər olmasa da, ancaq onlardan hər biri öz xüsusi terminologiyasından istifadə etməklə belə əməliyyatların tərəflərini nüxtəlif cür adlandırırlar. İngiltərə və bir sıra ölkələrdə agent razılaşmalarında tərəflər agent və prinsipial (agent, prinsipial), Almaniyada nümayəndə (ticarət nümayəndəsi) və sahibkar (vertreter, handelsvertreter, unternemer), Fransada – nümayəndə (agent) və etibar (representant, commentant en mandat), Avstriya, Belçika, Finlandiya və Yaponiyada – ticarət nümayəndəsi və sahibkar, Skandinaviya ölkələrində - agent və sahibkar, Argentina və Braziliyada – etibar edən və etibar edilən adlandırılır.

Komision (və ya komissiya) əməliyyatları (KƏ). Komision əməliyyatları – **komissioner** adlanan vasitəçi tərəfin **komitent** adlanan digər tərəfin (istehsalçı-ixracatçı) tapşırığı əsasında öz adından və öz hesabına həyata keçirdiyi əməliyyatlardır. Komitent və komissioner arasındakı qarşılıqlı münasibətlər **komissiya müqaviləsi** əsasında həyata keçirilir və onun hüquqi tənzimlənməsi hər bir ölkənin xüsusi qanunvericiliyinə uyğun olmalıdır.

Komission müqaviləsinə uyğun olaraq komissioner komitentə əmtəəsini almır, yalnız komitentə hesabına əmtəələrin alqı-satqısını həyata keçirir. Bu isə o deməkdir ki, əmtəə son alıcının ixtiyarına verilənə qədər komitent onun qanuni mülkiyyətçisi olaraq qalır.

Beləliklə, komision əməliyyatlarında komissionerin sərəncamında olan əmtəənin mülkiyyətçisi hüquqi komitentə üzərində qalır ki, bu da əlavə məsuliyyət müqaviləsi olmasa, risk problemlərini komitentə üzərinə qoyur. Buna baxmayaraq, əmtəənin itməsi və ya

xarab olması və s. komissionerin günahı üzündən baş verirsə, məsuliyyəti o daşıyır. **Komissioner** alıcı ilə müqaviləni komitentin tapşırığı ilə öz adından bağlayır və verilən əmtəəyə görə ödənişi özü alır. Beləliklə, komitentin nöqteyi-nəzərincə komissioner vasitəçi rolunu oynayır. Ancaq o, üçüncü şəxs (alıcı) üçün, alqı-satqı kontraktının kontragenti kimi çıxış edir. (şəkil 5.3.)



Şəkil 5.3. Komissiya və konsiqnasiya əməliyyatlarının ümumi struktur sxemi

Komissiya müqaviləsində əmtəənin qiymətinin müəyyən edilməsi qaydası göstərilir. Komissioner öz vasitəçilik fəaliyyətinə görə, müqavilədə göstərilən qaydada sövdələşmə məbləğinin müəyyən faizi (orta hesabla 10%-ə qədər) və ya komitentin təyin etdiyi qiymətlə əmtəənin komissionerin reallaşdırdığı qiymət arasındakı fərqə görə mükafat əldə edir. Komissioner, adətən, komitent qarşısında üçüncü şəxsə (alıcı) alqı-satqı müqaviləsinə görə cavabdeh deyil. Ancaq komissioner istənilən itkilərə görə komitente zəmanət verərsə, onda komitent əlavə mükafatlandırma yolu ilə alıcının ödəniş qabiliyyəti olmadığı hallarda komissionerə vəsait ödəyə bilər. Bu şərt **komissiya müqavilələrində delkredere (delcredere) şərti** adlanır.

Bir ölkənin idxalçısının (alıcının) digər ölkənin komissionerinə verdiyi müəyyən əmtəə partiyasının alışı ilə bağlı birdəfəlik

komissiya tapşırıqları **indentlər** adlanır. Bu sifarişi komissioner öz ölkəsinin istehsalçısına çatdırır. İdentlər iki cür olur:

Qapalı identlər – identin konkret olaraq və dəqiq istehsalçısının adı göstərilməklə və eyni zamanda sifariş edilən əmtəə partiyasının növü, rəngi və ya hər hansı nümunəsi qeyd edilməklə bağlı sifariş – tapşırıqların yerinə yetirilməsi zamanı tətbiq olunur. **Açıq identlər** isə - komissionerin özünün istehsalçısını seçim etməsi və sifariş edilən əmtəə partiyası haqqında dəqiq tələb və məlumatların olmadığı hallarda tətbiq edilir.

Komission əməliyyatlarının müxtəlif növlərindən biri **konsiqnasiya əməliyyatları** adlanır. Bu əməliyyatlar bir tərəfin - konsiqnantın tapşırığı əsasında digər tərəfin - **konsiqnatorun** öz adından və konsiqnantın hesabına əmtəənin konsiqnatorun olduğu ölkənin anbarından (konsiqnant əmtəəni anbara özü göndərir) reallaşdırdığı əməliyyatlardır. Satışın konsiqnasiya forması bazarın zəif öyrənilməsi, ya da yerli alıcıya az məlum olan əmtəənin satışı zamanı istifadə olunur. Bu formada həmçinin kütləvi istehsal məmulatları reallaşdırılır. Çünki bu zaman ixracatçının belə əmtəələrin tez və dayanıqlı satışına inamı çox olmur. Konsiqnasiya əməliyyatlarında anbarda yerləşən əmtəələr konsiqnantın-prinsipialın mülkiyyəti hesab edilir. Əmtəələrin reallaşdırıldığı ölkədə verilən əmtəə anbarlarının olması və oradan onların satışı yeni bazarların öyrənilməsini asanlaşdırır. Çünki bu halda xarici alıcılar onları maraqlandıran əmtəələr barəsində məlumatları nəinki qiyabi olaraq, kataloqlardan, prospektlərdən və s.-dən əldə edirlər, ən başlıcası isə əmtəəyə birbaşa baxış və yaxud da onun yoxlanması imkanını əldə edirlər.

Broker əməliyyatları (BƏ). Broker əməliyyatları - alıcı ilə satıcı arasında (həmçinin sığortaçı ilə sığortalanan, gəmi sahibi və fraxtlayıcı-daşıyıcı arasında) kontaktın-əlaqənin broker vasitəçisi (ingiliscə - broker, almanca - makler, fransızca- courtier adlanır) ilə

qurulmasını əhatə edir. Konkret fəaliyyətdən və kimi təqdim etməsindən asılı olmayaraq broker dar hüquqi mənada faktiki fəaliyyəti həyata keçirən vasitəçidir. Agentdən fərqli olaraq, broker müqavilə münasibətlərində tərəf kimi çıxış etmir, heç bir tərəfin nümayəndəsi deyil, yalnız **müştəri razılaşmasına** əsasən müştərilə ilə razılaşma bazasında fəaliyyət göstərir. Brokerlər ticarət birjalarında və hərraclarda yalnız əlaqələndirici rolunda çıxış edirlər. Müştəri brokerə əmtəənin keyfiyyəti, miqdarı, qiyməti barəsində ayrı-ayrı sövdələşmə barəsində xüsusi tapşırıq (əmrin yerinə yetirilməsi) verir. Ona həmçinin bu sövdələşmənin yerinə yetirilməsinə nəzarət etmək də tapşırıla bilər. Broker öz fəaliyyətinə görə mükafat (ticarət adətlərinə görə bu İngiltərədə brokerij (brokerage, Fransada – kurtaj –courtage, Almaniyada –provision – provisionc adlanır) alır.

Bu mükafatın məbləği əmtəə əməliyyatlarında 0,25%-dən 2-3%-ə qədər ola bilər. Brokerin sövdələşmədə bir tərəfin maraqlarını təqdim etməyə və digər tərəfdən komissiya və ya mükafat almağa hüququ yoxdur (əgər xüsusi halda bunun üçün müştərinin razılığı olsa). Brokerlər, adətən, bir-iki əmtəə növünün alqı-satqısı üzrə əməliyyatlarda ixtisaslaşırlar. Belə əmtəələr birja və hərrac əmtəələri olur.

5.3. Ticarət vasitəçiləri ilə bağlanan müqavilələrin əsas kommersiya şərtləri

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində ticarət vasitələrilə bağlanan müqavilələr içərisində distribyutor və agent sövdələşmələri geniş yayılmışdır. Bu sövdələşmələrin sadələşdirilməsi və standartlaşdırılması üçün Beynəlxalq Ticarət Palatası tərəfindən (BTP – International chamber of Commerce - ICC) aşağıdakı sənədlər

hazırlanmışdır:

–1983-cü ildə - kommersiya agent kontraktlarının tərtib edilməsi üzrə rəhbər sənəd;

–1991-ci ildə - Beynəlxalq Ticarət Palatasının nümunəvi kommersiya agent kontraktı;

–1988-ci ildə - Beynəlxalq distribyutor sövdələşməsinin tərtib edilməsi üzrə rəhbər sənəd;

–1993-cü ildə - Beynəlxalq Ticarət Palatasının nümunəvi distribyutor kontraktı.

Belə nümunəvi razılaşmalar (distribyutor və agent) yalnız beynəlxalq razılaşmalarda və beynəlxalq kommersiya əməliyyatlarında həyata keçirilir.

Distribyutor sövdələşmələri.

Distribyutor sövdələşməsinin şərtlərinin əsas bəndləri aşağıdakılardır:

1. Sövdələşmənin adı və ya başlığı - distribyutor razılaşması və ya kontraktı, ya da beynəlxalq distribyutor kontraktı, satışın təqdim edilməsi hüququ haqqında müqavilə və s. adlanır.

2. Sövdələşmənin tərəfləri - Beynəlxalq Ticarət Palatasının nümunəvi kontraktlarında tərəflər adətən mal göndərən (supplier) və distribyutor (distribyutor) adlandırılır. Bu bölmədə malgöndərənin və distribyutorun (öz adından və öz hesabına əmtəəni üçüncü şəxsə satması mütləq qeyd olunur) öhdəlikləri göstərilir.

3. Əmtəənin müəyyən edilməsi – distribyutora verilən əmtəənin satış hüququnun müəyyən edilməsi əlavədə göstərilir.

4. Ərazinin (distribyutorun əmtəənin reallaşdırdığı) müəyyən edilməsi.

O, müqavilə ərazisi adlanır. Distribyutor müqavilədə qeyd edilən ərazidən kənarında əmtəəni reallaşdırma bilməz.

5. Satışa olan hüququn xarakteri. Bu hüquqlar sadə (satıcının

özü və ya hər hansı vasitəçilə müqavilə əsasında satış), **xüsusi** (yalnız distribyutor müqavilə ərazisində müəyyən əmtəəni özü satır) və **xüsusi məhdud** (verilən ərazidə həm mal göndərəninin satış hüququ saxlanılır, həm də distribyutorun satış hüququ göstərilir) formada ola bilər.

6. Əmtəənin reallaşdırılması ilə bağlı distribyutorun öhdəlikləri (malgöndərəninin maraqları, satıcının məhsulları ilə rəqabət edən digər məhsulların satılması haqqında razılaşma, satışın təşkili və texniki xidmət, reklamın həyata keçirilməsi, minimal dövriyyə, subdistribyutor, və ya agentin təyin edilməsi, əmtəə nişanları və markaların istifadəsi və s.)

7. Qiymət şərtləri və mükafatlandırma üsulları (preyskurant və ya ixrac qiymətləri, nəzərdə tutula bilən reallaşdırma qiymətləri). Distribyutorun mükafatlandırılması xidmətin həcmindən, əmtəənin növündən, rəqabət mübarizəsindən və s. asılı olaraq 2%-45%-ə qədər ola bilər. Hesablama qiymətlərinin satış qiymətlərindən yayınması 50%-dən 100%-ə qədər ola bilər.

8. Əmtəənin anbardan satışı (konsiqnasiya anbarı haqqında razılaşma) -bu zaman distribyutor əmtəəni anbardan sərbəst şəkildə özü istədiyi qiymətə satır.

9. Malgöndərəninin hüquq və öhdəlikləri (keyfiyyət ödənişi, zəmanət, distribyutorun fəaliyyətinə nəzarət və s.).

10. Müqavilənin müddəti və pozulması (dəqiq vaxt göstərilir: 1-3 ilə qədər)

11. Arbitraj, barışma hüququ müəyyən olunur. (Beynəlxalq Ticarət Palatasının qaydalarına uyğun olaraq).

Agent razılaşmaları və ya sövdələşmələri. Agent razılaşmaları şərtləri aşağıdakılardır:

1. Sövdələşmənin adı (agent sövdələşməsi, agent kontraktı, kommersiya agent kontraktı, ticarət nümayəndəliyi haqqında

müqavilə və s.)

2. Sövdələşmənin tərəfləri – prinsipial (agent sövdələşməni onun adından və onun hesabına həyata keçirir) və **ticarət agenti** adlanır. Bu bölmədə onlar arasında qarşılıqlı münasibətlərin xarakteri müəyyənləşdirilir.

3. Əmtəənin müəyyən edilməsi (əlavədə göstərilir: əmtəənin növləri və s.)

4. Ərazinin müəyyən edilməsi (əgər bu ərazi müəyyən edilməsə, agent özü onu seçmək hüququna malikdir).

5. Agentə təqdim edilən hüquqların xarakteri (sadə - birbaşa satış, xüsusi, monopol – bilavasitə satış, ərazidən kənar satış və s.)

6. Agentin hüquq və öhdəlikləri (satışın təşkili, digər – rəqabətli əmtəə haqqında reklamın yerləşdirilməsi, satışdan sonra xidmət, reklamların təşkili, minimal dövriyyə, agentin maliyyə məsuliyyəti, delkreder şərti, informasiya və hesabat, prinsipialın əmtəə nişanı və markasının qorunması haqqında və s.).

7. Agentin komissiya mükafatı - satışla bağlı xərclər çıxılmaqla, əmtəənin faktiki alış qiymətindən müəyyən faizlə hesablanır, beynəlxalq kommersiona təcrübəsində ən geniş yayılmış komissiya mükafatı əmtəənin dəyərinin 2%-10%-ni təşkil edir.

8. Prinsipialın hüquq və öhdəlikləri (prinsipialın sifarişdən imtina etməsi, bütün yazılı sənədlərin təqdimi, qiymətləri dəyişmə hüququ və s.).

9. Sövdələşmənin müddəti və onun ləğv edilməsi qaydaları (adətən müqavilənin müddəti 1-5 ilə qədər davam edə bilər)

10. Arbitraj və tətbiq edilən hüquqlar.

Konsiqnasiona müqaviləsi. Konsiqnasiona müqaviləsinin tərəfləri adlanır: konsiqnant - xaricdəki anbardan əmtəənin satışına və sövdələşməyə tapşırıq verən şəxs və ya firma və **konsiqnator** - öz adından və konsiqnantın hesabına anbardan əmtəənin satışı üzrə

konsiqnantın tapşırığını qəbul edən və yerinə yetirən şəxs və ya firma.

1. Əmtəənin müəyyən edilməsi (konsiqnasiyaya təqdim edilən əmtəənin nomenklaturası və adı, maksimum miqdarı və s.)

2. Ərazinin müəyyən edilməsi (konsiqnasiya əmtəəsinin satıldığı ərazinin müəyyən edilməsi, bu ərazidən kənarında əmtəənin satılmaması və s.).

3. Konsiqnasiya müddəti - konsiqnasiyaya təqdim edilən əmtəənin satışının həyata keçirildiyi müddət, adətən, 6-24 ay olur. Konsiqnasiya müqaviləsinin müddəti konsiqnasiya müddətindən çox olur. Maşın və avadanlıqlara konsiqnasiya müddəti 12 aya qədər uzadıla bilər.

4. Konsiqnasiyaya təqdim edilən əmtəənin mülkiyyət hüququ – bu hüquq əmtəəni 3-cü şəxsə satan ana qədər konsiqnantda qalır. Bu an çox vaxt əmtəənin dəyərinin tam ödənilməsi vaxtı ola bilər.

5. Qiymət şərtləri – konsiqnator əmtəəni müqavilədə göstərilən qiymətə satmağa borcludur. O, əmtəəni göstərilən minimal həddən aşağı sata bilməz. Bundan aşağı satmaq üçün əlavə olaraq, konsiqnantın yazılı razılığı olmalıdır.

6. Konsiqnatora ödənilən mükafatın verilməsi qaydaları – ya satılan əmtəənin dəyərinin müəyyən faizi kimi və ya konsiqnantın təyin etdiyi qiymətlə konsiqnatorun sövdələşməni həyata keçirdiyi qiymət arasındakı fərqə görə mükafat verilə bilər. Adətən, konsiqnator mükafatı yalnız satılan əmtəələrin dəyəri konsiqnantın hesabına keçiriləndən sonra alır.

7. Ödənişin şərtləri (ödənişin hansı valyuta olması, müddəti və s. dəqiqləşdirilir).

8. Konsiqnatorun öhdəlikləri (anbarın hazırlanması, əmtəənin keyfiyyətinin saxlanması, əlavə xərclər yaranarsa onların ödənilməsi, əmtəələrin sığortalanması, konsiqnanta ödənişi həyata keçirən

bankın zəmanəti, reklam, hesabat və informasiyanın təqdimi və s.).

9. Əmtənin qaytarılması qaydaları - əmtəə konsiqnasiya müddətində satılmadıqda yaranan xərclərlə bağlıdır. Bu konsiqnatorun ölkəsinin qanunvericiliyi ilə tənzimlənir və çox vaxt FOB franko sərhəd şərti ilə - konsiqnatorun öz ölkəsinin sərhədinə - limanına qədər xərclərin ödənilməsi şərti ilə həyata keçirilir və s. digər şərtlər bu bölmədə ətraflı razılaşıdırılır.

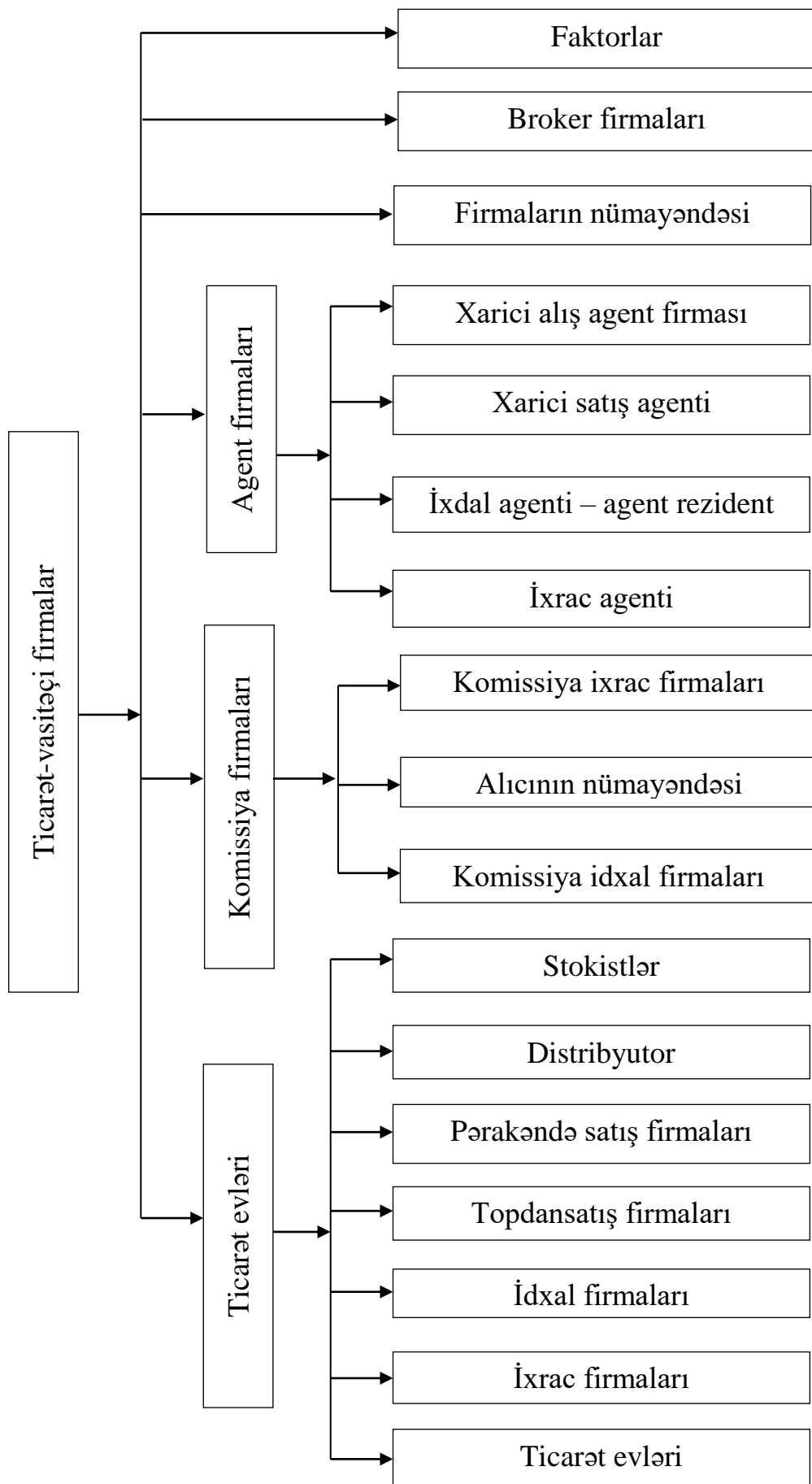
5.4. Beynəlxalq ticarət vasitəçiliyinin təşkilatı – hüquqi forma və xüsusiyyətləri

Ticarət-vasitəçi əməliyyatların həyata keçirilməsi xarakterindən asılı olaraq ticarət-vasitəçi firmaların aşağıdakı növlərini fərqləndirirlər: **ticarət, komission, agent, broker firmaları və faktorları** (şəkil 5.4.).

1. Ticarət firmaları – ticarət-vasitəçi əməliyyatlarını öz adından və öz hesabına həyata keçirirlər. Onlar yerinə yetirilən əməliyyatların xarakterindən asılı olaraq: **ticarət evləri, ixrac, idxal, topdansatış, pərakəndə satış, distribyutor firmaları və stokistlərə** ayrılır.

Ticarət evləri (merchant houses, merchants, trading merchants) əmtəəni istehsalçıdan və ya öz ölkəsinin topdan satıcısından alır və onları xaricə satır, xaricdə əmtəəni əldə edir, onu yerli topdan və ya pərakəndə satıcıya yenidən satır. Onlar, adətən, yerli istehsalçı-ixracatçıya xidmət edir. Onlar ya geniş əmtəə nomenklaturası üzrə, ya da bir və ya əmtəə qrupunun satışı üzrə ixtisaslaşır.

İxrac firmaları – (export merchants, export firms) əmtəəni öz hesabına daxili bazarda alır və sonra onu öz adından xaricə satır. Onlar ayrı-ayrı hallarda xarici firmaların komissionerləri kimi çıxış edərək, müxtəlif komissiya tapşırıqlarını yerinə yetirə bilirlər. İxrac



Şəkil 5.4. Beynəlxalq ticarət vasitəçiliyinin təşkilati-hüquqi formaları

firmaları: xüsusi (müəyyən bir əmtənin satışı üzrə) universal (geniş çeşidli əmtələrin satışı üzrə) və kənd təsərrüfatı məhsulları ixrac edən (İEOÖ-dən) firmalar növündə ola bilər.

İdxal firmaları (import merchants) - əmtəni öz hesabına xaricdən alır və sonra onu daxili bazarda sənayeçilərə topdan və pərakəndə satıcılara yenidən satır. Çox vaxt idxal firmaları özlərinin geniş diler şəbəkələrinə, xırda ticarətçilərinə malik olurlar.

Topdansatış firmaları (wholesaler, wholesale merchants)-sənayeçilər və pərakəndə satıcılar arasında vasitəçilərdir. Onlar öz hesabına xaricdən böyük partiyalarla əmtəni alır və daxili bazarda az-az satır. Topdansatış – idxalçı firmalar çox vaxt nəinki topdan satıcı rolunda, hətta pərakəndə satıcı kimi də çıxış edirlər.

Pərakəndə satış firmaları çox vaxt özləri idxal və ixrac əmtələri üzrə əməliyyatları həyata keçirir. (İdxal və topdansatış firmaların xidmətlərinə müraciət etmədən). Onlar özlərinin geniş filiallarına, törəmə kompaniyalarına və xaricdə alış şöbələrinə malik olurlar.

Distribyutor firmaları (distributors) əmtəni öz adından və öz hesabına alıb-satır və adətən, idxalçının ölkəsində yerləşir. Belə firmalar daha çox ABŞ, İngiltərə və s. ölkələrdə geniş yayılmışdır. Distribyutorlar əmtənin alış və satışı üzrə xüsusi hüquqa malik olurlar.

Stokistlər (stockists) - idxalçının ölkəsində yerləşən firmalardır və konsiqnasiya anbarı haqqında xüsusi müqavilə əsasında ixrac-idxal əməliyyatlarını həyata keçirir. Stokistlər, bir qayda olaraq, öz anbarlarına malik olurlar və əmtəni öz hesablarına alır və öz adlarından satırlar.

2. Komission firmaları – komitentın tapşırığını yerinə yetirir və öz adından, ancaq komitentın hesabına fəaliyyət göstərir. Yerinə yetirilən əməliyyatların xarakterindən asılı olaraq ixrac və idxal komission firmalarını fərqləndirirlər.

Komission ixrac firmaları (export commission houses) – istəni-

lən alıcı və ya satıcının nümayəndəsi kimi çıxış edə bilər. Satıcının nümayəndəsi kimi (selling merchant) ölkə daxili istehsalçı - ixracatçının xarici bazarda satışı üzrə tapşırığını yerinə yetirir və ondan komissiya mükafatı alır. Bu zaman firma əmtənin vaxtında göndərilməsini, nəqlini, maliyyə və məsuliyyəti öz üzərinə götürür. .

Alıcının nümayəndəsi (buying indent house) öz ölkəsinin bazarından əmtənin alınması üzrə xarici alıcının tapşırıqlarını yerinə yetirir.

Komissiya idxal firmaları – (import commission houses) çıxış edərək, öz adlarından və öz ölkəsinin komitenti hesabına xarici istehsalçılarda sifarişi yerləşdirirlər.

3. Agent firmaları. Onlar öz adından və prinsipialın hesabına fəaliyyət göstərir. Müqavilənin şərtindən asılı olaraq agent firmaları ya öz adından və prinsipialın hesabına sövdələşmə bağlayır, ya da ancaq sövdələşmə bağlanan zaman vasitəçilik edir. Agent firmaları yerləşdiyi əraziyə görə prinsipialın ölkəsində olan agentlərə (ixrac agenti və rezident agent) və xarici ölkələrdəki agentlərə (xarici-satış agentləri və xarici-alış agentləri) bölünür.

İxrac agenti (export agent, manufacturers export agent) – öz ölkəsinin sənaye firmalarının tapşırıqları əsasında (və ya aralarındakı müqaviləyə əsasən) fəaliyyət göstərir.

İdxal agenti və ya rezident agent (resident agent) prinsipialın ölkəsində yerləşir və onun hesabına idxal əməliyyatlarını həyata keçirir.

Xarici satış agenti (sales agent) – müəyyən edilmiş əmtəə no-menklaturası üzrə xarici ölkənin müəyyən edilmiş ərazisində digər hər hansı bir ölkənin kompaniyası tərəfindən onun adından və onun hesabına satış hüququnu əldə edən firmalardır. Belə firmalar geniş xidmət sferasına, o cümlədən maşın və avadanlıqlara xidmətə malik olurlar.

Xarici alış agentı (buying agent) – öz prinsipialı üçün xaricdə əmtəələrin alışını üzrə əməliyyatları həyata keçirir. Onların xidmətindən, adətən, xaricdə öz xüsusi filialları və nümayəndəsi olmayan idxalçı firmalar istifadə edir.

4. Broker firmaları (brokers). Broker firmaları kontragentləri əlaqələndirmək və vasitəçilik funksiyasını yerinə yetirir. Bir çox ölkələrin qanunvericiliyinə əsasən onlar alıcı və ya satıcı kimi çıxış edə bilməzlər. Broker firmaları vasitəsilə sövdələşməyə girən tərəflər üçün idxala görə məlum üstünlüklər yaranır. Broker firmaları əmtəəni yaxşı tanıyırlar, onlarda xüsusi mütəxəssis qabiliyyəti olur, bazarı müəyyən edə bilirlər və s. Belə firmalar İngiltərədə geniş yayılmışdır.

5. Faktorlar (factors) - vasitəçi olaraq, ixracatçının adından geniş vasitəçilik öhdəliklərini həyata keçirirlər. Onlar təkcə öz prinsipialının məhsulunu ixrac etmir, həm də ixrac əməliyyatını maliyyələşdirir, ixrac kreditlərini sığortalayır, xarici agentlərin seçilməsini və s. həyata keçirirlər.

Ticarət-vasitəçi həlqələrində keyfiyyətli irəliləyişin əsas xarakterik xüsusiyyəti bu fəaliyyət sferası istiqamətlərinin və əhatə dairəsinin genişləndirilməsidir. Onların fəaliyyətinin diversifikasiyası aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilir.

- ayrı-ayrı əmtəələr üzrə (nomenklatura üzrə);
- fəaliyyət növləri üzrə (topdansatış, pərakəndə, göndəriş);
- yerinə yetirilən əməliyyat üzrə (ixrac, idxal);
- təqdim edilən xidmətlər üzrə (hissələrin təchizatı, texniki avadanlığın ticarəti, xidmətlərin ticarəti);
- razılaşmanın xarakteri və vəzifələrinə görə (distribyutorlar, stokistlər).

Ticarət vasitəçilik fəaliyyətinin əsas xüsusiyyətlərindən biri iri pərakəndə firmaların fəaliyyət sferasına görə beynəlxalq əmtəə

dövriyyəsində böyük rol oynayan strukturlara çevrilməsi təşkil edir. **Ticarət vasitəçi firmaların müasir şəraitdə vacib xüsusiyyətləri** aşağıdakılardır:

1. Agent firmaların iri sənaye inhisarlarına bağlılığı. Bu inhisarlar agent firmaların fəaliyyətini satış bazarlarının bölünməsi yolu ilə uzlaşdırırlar.

2. Bütün növ ticarət vasitəçilərinin maşın və avadanlıq istehsalçılara bağlılığı.

Ticarət-vasitəçi kompaniyaları onların fəaliyyətini maliyyələşdirən xüsusi və dövlət bankları ilə sıx əlaqəyə malikdirlər. Onlar firmalara müxtəlif xidmətlər göstərir:

- xaricdə istehsal müəssisələrinin yaradılmasına kömək;
- bütün növ obyektlərin tikintisinə xarici sifarişlərin yerinə yetirilməsi zamanı baş podratçı kimi çıxış edirlər;
- xarici xammal mənbələrini aşkarlayır və onların işlənməsində köməklik göstərirlər.

Müasir mərhələdə bu istiqamətdə mövcud xarakterik xüsusiyyətlərdən biri də iri sənaye kompaniyaların xırda və orta ticarət-vasitəçi firmalarını francayzing əsasında (yəni istehsalçının ticarət markasının qorunması-saxlanması yolu ilə əmtəə və xidmətlərin reallaşdırılması üçün xüsusi hüquqların verilməsi haqqında uzun müddətli müqavilələr) özünə tabe etdirməsi təşkil edir. Bundan başqa, iri ticarət inhisarçıları tərəfindən İEOÖ-də kiçik və orta firmaların – ixracçıların və istehsalçıların tabeçiliyinə keçirmələri də mühüm xüsusiyyət kimi meydana çıxmışdır. Müasir dövrdə istehsal firmalarının iri ticarət kompaniyaları tərəfindən zəbt edilərək sənaye-satış komplekslərinin yaradılması da xarakterikdir.

Hal-hazırda hər bir ticarət firmasının özünün istehsal müəssisəsi və pərakəndə satış dövriyyəsi vardır. Ticarət firmaları öz fəaliyyətini müasir şəraitdə daha çox istehlakçıların tələbatlarına uyğunlaşdırırlar.

VI FƏSİL. BEYNƏLXALQ ƏMTƏƏ BİRJALARI, HƏRRACLAR, TORQLAR VƏ BEYNƏLXALQ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNDƏ REKLAM, SƏRGİ, YARMARKA İŞLƏRİ

6.1. Beynəlxalq əmtəə birjalari və birja sövdələşmələri

Beynəlxalq əmtəə birjalari (fransızca-bourse, almanca-borse) qarşılıqlı əvəz olunan, keyfiyyətə bircinsli və yaxın əlamətlərə malik olan kütləvi xammal və ərzaq məhsullarının müəyyən şərtlər əsasında alqı-satqı sövdələşmələrinin həyata keçirildiyi stabil fəaliyyət göstərən xüsusi bazar növüdür. Adətən, birja funksiyasını yerləşdiyi dövlətin nəzarəti altında, hüquqi şəxs statusuna malik olan ticarət təşkilatlarının birliyi yerinə yetirir. Əmtəə birjalarında sövdələşmə predmeti kimi müəyyən standart keyfiyyətə malik müxtəlif növ əmtəələr (məsələn: neft, pambıq, ipək, taxıl, şəkər, yağ, kofe, çay, kakao və s.) çıxış edir.

Birjalarda əmtəələr (adətən, onlar birjalarda mövcud olmur) müəyyən edilmiş standart və normalar üzrə, baxış və təqdim edilmədən satılır və alınır. Sövdələşmənin bağlanması mal göndərmənin vaxtını və keyfiyyətini qəti göstərən nümunəvi birja kontraktları əsasında baş verir. Birjalarda müəyyən əmtəə partiyası deyil, birja tərəfindən təyin edilən və müəyyən növ, əmtəəni göstərən birja kontraktı alınır və ya satılır. Daha doğrusu, satıcı alıcıya birjada əmtəəni deyil, əmtəəyə mülkiyyət hüququnu təsdiq edən sənədi satır. Birja anbarlarında əmtəənin alıcıya vürilməsini təsdiq edən belə sənəd – **anbar şəhadətnaməsi** (warrant) adlanır. Bu sənəd əsasında alıcı əmtəəni birja anbarlarından ala bilər.

Hal-hazırda birja ticarətinin satış obyektləri kimi təxminən 70 adda əmtəə çıxış edir. Onların payına beynəlxalq əmtəə ticarətinin

orta hesabla 15-20%-i düşür. Onları aşağıdakı qruplarda birləşdirmək olar:

1. Kənd təsərrüfatı və meşə əmtəə və məhsulları:

- buğda, qarğıdalı və digər dənli bitkilər;
- soya, soya yağı, pambıq toxumu və s.;
- şəkər, kofe, kakao, bitki yağları;
- yumurta, bibər, kartof, qatılaşdırılmış apelsin şirəsi, araxis;
- meşə materialı, faner və s.
- natural kauçuk.

2. Sənaye xammalları və yarımfabrikatları:

- yanacaq, məhsulları: xam neft, dizel yanacağı, mazut, benzin, qaz-propan;
- sənaye və qiymətli metallar: mis, alüminium, sink, nikel, qurğuşun, qızıl, gümüş, platin, palladium və s.

Bütün bu əmtəələr birjalarda **material** və ya **fiziki əmtəələr (physical, visible)** adlanır. Müasir birja ticarətində bu əmtəələrlə yanaşı, **qeyri-əmtəə dəyərliləri (invisible)** də meydana gəlmişdir. Onlar iki qrupa ayrıla bilər:

- **valyuta və valyuta fyuçersləri və indeksləri;**
- **maliyyə alətləri** - əmtəə fyuçersləri, bank faiz dərəcələri, səhmlərin fond indeksləri (aktivlərin idarə olunması alətləri də adlanır), həmçinin fraxtlaşdırma və dövlət qiymətli kağızları üçün olan kontraktlar.

Hal-hazırda fyuçers əmtəə birjaları böyük maliyyə institutlarına çevrilmişlər. Onlar qiymətli kağızlar və faiz dərəcələri bazarları ilə sıx əməkdaşlıq edirlər.

Beynəlxalq birja ticarəti ABŞ, İngiltərə və Yaponiyanın iri birja mərkəzlərində cəmlənmişdir. Bu ölkələrdə dünyanın ən mühüm beynəlxalq əmtəə birjaları fəaliyyət göstərir. Bu birjalar bağlanan sövdələşmələr üzrə əmtəələrin çeşidlərindən asılı olaraq **universal**

(ümumi təyinatlı) və xüsusi birjalara ayrılır.

Eyni zamanda müxtəlif növlü əmtəələrin ticarətinin həyata keçirildiyi **universal birjalara** misal olaraq ABŞ-da – “Çikaqo Bord of Treyd”, “Çikaqo Merk – entayl Eksçeync”, Yaponiyada – “Tokio birjası”, Sidney, Syanqan (Honkonq) birjalarını və s. göstərmək olar.

Xüsusi birjalar əsasən əmtə qrupları üzrə ixtisaslaşırlar. Geniş profilli əmtəə birjalarından: “Nyu-York əmtəə birjası”, “London metal birjası”, “Nyu-York kakao birjası”, “Paris əmtəə birjası”nı və s. misal göstərmək olar. Dar çərçivədə ixtisaslaşmış birjalardan: “London yun birjası”, Yaponiyanın şəkər, kauçuk, tekstil xammalı birjalarını, ABŞ-ın buğda birjası “Kanzas-Siti Bord of Treyd” və s. göstərmək olar.

Birjaların dünya ticarətində fəaliyyət sferalarına görə iki qrupa: beynəlxalq və milli birjalara ayırırlar. **Beynəlxalq birjalar** konkret dünya əmtəə bazarlarına xidmət edir, onların birja əməliyyatlarında müxtəlif ölkələrin işgüzar dairələri iştirak edir.

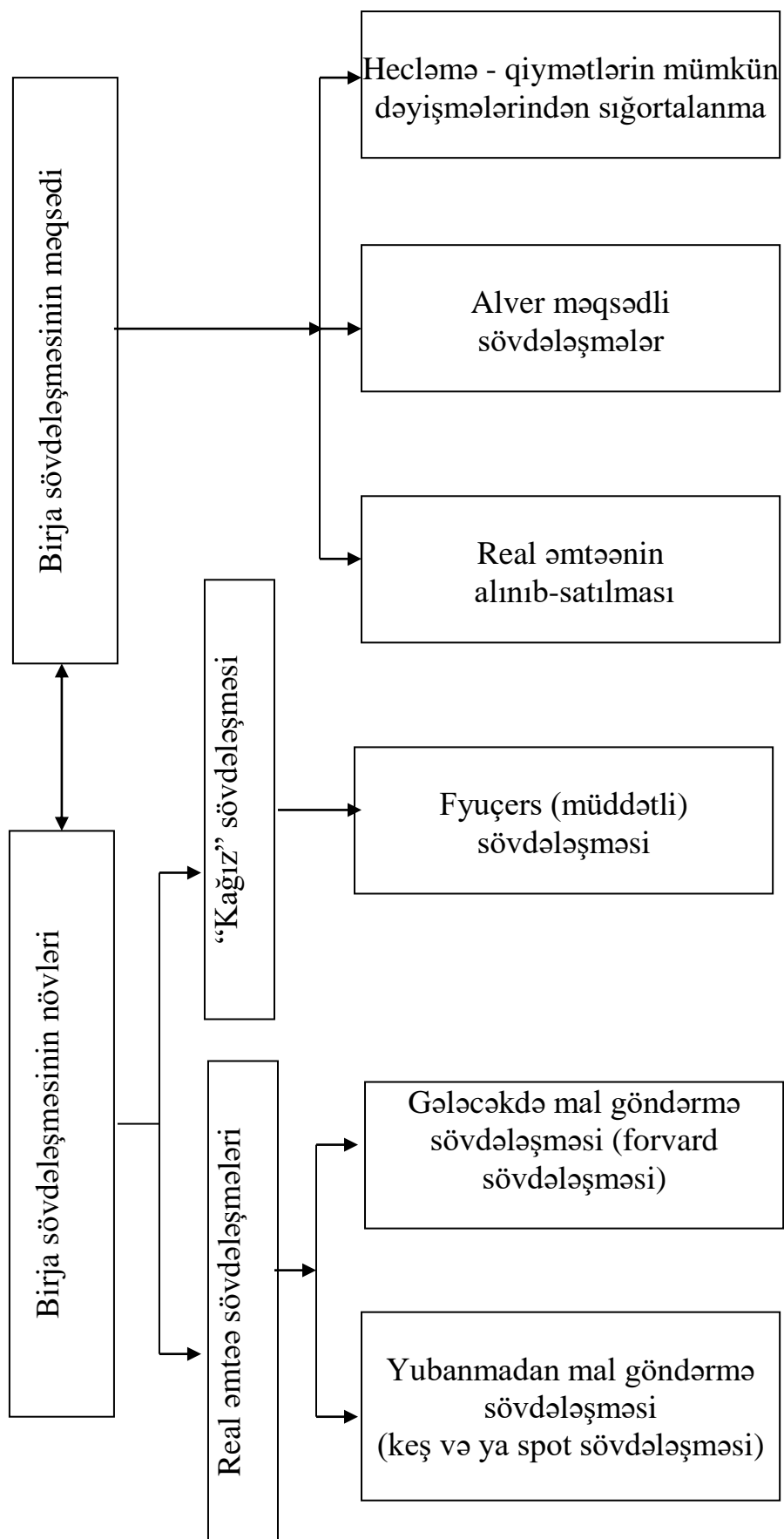
Milli birjalar – bir ölkə çərçivəsində fəaliyyət göstərən və daxili bazara istiqamətlənən birjalardır.

Birja sövdələşmələrinin növləri – birjalarda əsasən iki növ sövdələşmələr: real əmtəələrə olan sövdələşmələr və fyüçers (müddətli) sövdələşmələri bağlanılır (şəkil 6.1).

Real əmtəə sövdələşməsi (valyuta transactions, actual transactions) zamanı real əmtəə, birja anbarında satıcıdan alıcıya təhvil-təslim edilir (satılır). Bu sövdələşmə o deməkdir ki, birjada əmtəə satan satıcı real formada mövcud olan əmtəəyə malik olmalı və onu kontraktla şərtləşdirilmiş müddətdə göndərməlidir.

Real əmtəə sövdələşməsi mal göndərmənin müddətindən asılı olaraq:

- yubanmadan mal göndərmə;
- gələcəkdə mal göndərmə sövdələşmələrinə ayrılırlar.



Şəkil 6.1. Birja sövdələşmələrinin növləri və məqsədləri

Yubanmadan mal göndərmə sövdələşməsi, adətən, nəğd əmtəə (keş və ya spot-cash, spot) sövdələşməsi adlanır. Bu növ sövdələşmədə yubanmadan göndərmə anlayışına uyğun olaraq əmtəə, sövdələşmənin bağlandığı gündən 15 gün müddətində (birja qaydalarından asılı olaraq) alıcıya təhvil verilməlidir. Belə sövdələşmələr **spot kontaktları** əsasında həyata keçirilir. Beləliklə, birjada nəğd şəkildə satılan əmtəə birjanın anbarında olmalı və sövdələşmənin bağlanmasından sonra, yubanmadan alıcıya təhvil verilməlidir. Əmtəə birja anbarına daxil olan zaman bu əmtəənin gətirilməsinə cavabdeh olan ekspeditor firması satıcıya anbar və ya saxlanılma şəhadətnaməsi (**varrant**) verir. Varrant **əmtəə müşayətedici** sənəd adlandırılmaqla birjada sövdələşmənin başa çatması və uyğun olaraq hesablamaların həyata keçirilməsi üçün əsas sənəd hesab edilir. Satıcı onu öz bankında saxlayır və əmtəənin göndərilmə müddəti yetişəndə onu (əmtəənin anbarda saxlanması və onun sığorta dəyərini ödəməklə) alıcıya təhvil verməlidir. Alıcı isə varrantı alaraq, əvəzində ödəniş çekini satıcıya təqdim edir.

Gələcəkdə əmtəə göndərmə sövdələşməsi isə müddətli sövdələşmə və ya forvard sövdələşməsi (forward transactions, forwards, shipment). Bu sövdələşmələr real əmtəənin kontraktıda onun bağlandığı andakı qiymətilə və kontraktıda şərtəndirilmiş müddətdə göndərilməsini nəzərdə tutur. Bu müddətin davamlılığı birja tərəfindən müəyyən olunur (məsələn: London metal birjasında bu müddət üç ay, gümüş üçün isə yeddi ay ola bilər).

Belə sövdələşmələrə həmçinin yolda olan əmtəələr və sonradan göndərilmə yolu ilə (10, 20, 30, 60 gündən sonra) alınan əmtəələr də daxildir. Bu cür sövdələşmələr **forvard kontraktı** (forward contacts) əsasında həyata keçirilir. O, əmtəənin gələcəkdə razılaşdırılmış müddətdə və keyfiyyətdə müəyyən yerdə və müəyyən miqdarda göndə-

rilməsini nəzərdə tutan ikitərəfli razılaşmadır. Əgər forvard kontraktı üç aydan sonra real əmtənin göndərilməsini nəzərdə tutursa, əmtənin göndərilməsi anında qiymətlər artdığı halda alıcı udur, satıcı isə uduzur. Ya da əksinə, qiymətlər aşağı düşərsə, satıcı udur, alıcı isə uduzur. Forvard kontraktı üzrə itkilər və uduşlar (qiymətlərin artıb və azaldılması ilə bağlı) kontraktın müddəti qurtarandan sonra, qarşılıqlı hesablaşmalar yolu ilə tərəflər vasitəsilə reallaşdırılır.

Fyuçers (və ya müddətli) (terminal transactions, future transactions) sövdələşmələrdə real əmtəə sövdələşməsindən fərqli olaraq, tərəflər kontraktın müəyyən olunmuş müddətdə real əmtəəni qəbul etmək və ya göndərmək öhdəliyini nəzərdə tuturlar, yalnız əmtəəyə olan hüququn (**kağız sövdələşməsi**) alqı-satqısını təklif edirlər. Belə sövdələşmələrin nəticəsi real əmtəənin göndərilməsi deyil, kontraktın onun bağlandığı gündə olan dəyəri ilə kontraktın yerinə yetirildiyi gün arasındakı fərqin-dəyərin ödənilməsi və yaxud alınmasıdır. Əlbəttə, belə kontraktların dəyəri əmtəənin qiymətinin dəyişməsilə dəyişir.

Müddətli kontraktların yerinə yetirilməsini maksimum sürətləndirmək və hesablaşmaları sadələşdirmək üçün onun birjalar tərəfindən işlənən standartlaşdırılmış formalarından istifadə olunur. Burada bütün şərtlər (əmtəənin növü, keyfiyyəti, keyfiyyətdən yayınmaya görə əlavə ödəniş, ödəniş forması, kontraktın pozulmasına görə cərimələr, arbitraj forması və s.) razılaşdırılır. Hər bir forvard kontraktı kontrakt vahidi olan müəyyən miqdar əmtəələrə bağlanır (məsələn, şəkər üzrə - 50 ton, kofe - 5 ton, buğda – 25 ton). Faktiki çəkinin kontrakt çəkidən kənarlaşması 3%-dən çox olmamalıdır.

Fyuçers sövdələşməsi əmtəələrin miqdarı üçün deyil, müəyyən sayda kontraktın bağlanmasını nəzərdə tutur. Əmtəənin miqdarı bağlanan kontraktların sayı ilə müəyyən olunur. Fyuçers sövdələşməsi, yalnız bazis növü adlanan bir standart əmtəə növü üçün bağlanılır.

Bütün fyuçers kontraktları məcburi qaydada birjanın hesablama palatasında yubanmadan qeyd olunmalıdır. Bundan sonra tərəflər bir-birinə münasibətə girmirlər, yalnız hesablama palatası ilə işlərini reallaşdırırlar. Tərəflər istənilən anda ofset sövdələşməsi ilə (satıcı brokerə fyuçers kontraktının alınmasına, alıcı isə həmin kontraktın satılmasına, yəni **əks sövdələşməyə** əmr verir) fyuçers kontraktını ləğv edə bilirlər. Bu zaman fyuçers kontraktının bağlandığı və ləğv edildiyi andakı fərq hesablama palatasına ödənilir.

Birja sövdələşməsini həyata keçirərkən onun iştirakçılarının əsas məqsədi aşağıdakılardır: real əmtəənin alınması və satılması, alver məqsədli sövdələşməsini həyata keçirilməsi və **hecləmənin** – mümkün qiymət dəyişikliklərindən sığortalanmanın reallaşdırılması.

1. Real əmtəənin alınması və satılması. Bu sövdələşmənin məqsədi aşağıdakılardır:

- istehsalçı üçün: öz əmtəəsini reallaşdırmaq;
- istehlakçı üçün: özünü lazım olan əmtəələrlə, xüsusilə sonradan emal məqsədilə xammallarla təmin etmək;
- ticarətçilər üçün: son istehlakçıya yenidən satış yolu əmtəənin satılması.

Real əmtəə sövdələşməsi həm nəgd əmtəəyə görə, həm də müddətli göndərmə ilə bağlana bilər.

2. Alver sövdələşməsi və ya alver məqsədli əməliyyatlar isə birja kontraktının onun bağlandığı andakı qiyməti ilə tərəflərin biri üçün qiymətlərin dəyişməsinin əlverişli olduğu zaman onun yerinə yetirildiyi andakı qiymətinin fərqi nəticəsində birja kontraktının alqı-satqısında meydana çıxan mənfəətin alınması məqsədilə birjada həyata keçirilir. Alver sövdələşməsinin sadə üsulu qiymətlərin qalxması və ya aşağı düşməsi ilə bağlıdır. Belə ki, birja kontraktları sonradan onun daha baha qiymətə satılması məqsədilə alınır və yaxud sonradan qiymətlərin aşağı düşməsi ilə satılır. Belə əməliyyatlar həm

real əmtəə ilə, həm də fyuçers kontraktları ilə həyata keçirilir.

Real əmtəə ilə alver sövdələşməsi - spot və forvard sövdələşməsi üzrə qiymətlərin fərqi nəticəsində həyata keçirilir. Birjada “**kontanqo**” (contango) və “**bekvardeyşn**” (backuardation) vəziyyətilə xarakterizə olunan qiymətin nisbətlərinin – münasibətlərinin iki variantı mümkündür:

Kontanqo vəziyyətində mövcud – real (spot) əmtəənin qiyməti müddətli (forvard) qiymətindən aşağı olur. Bu halda real əmtəə alınır və forvard kontraktı satılır. **Bekvardeyşn** vəziyyətində isə, əksinə real (spot) əmtəənin qiyməti müddətindən (forvard) yüksəkdir. Bu hal ehtiyatların ixtisar edilməsi və əmtəə çatışmazlığı zamanı xarakterikdir. Bu halda alver əməliyyatını reallaşdıran real-mövcud əmtəəni yubanmadan göndərmə ilə satır və forvard kontraktını alır.

Fyuçers kontraktları ilə alver əməliyyatları birja kontraktlarının alqı-satqısından mənfəət əldə edilməsi məqsədilə həyata keçirilir. Bunun mahiyyəti odur ki, birja kontraktları onları sonradan – yenidən baha satmaq məqsədilə alınır və sonradan daha aşağı qiymətlə almaqla satılır. Kim qiymətlərin sonrakı artımına ümid edirsə, o kontraktları alır, kim isə qiymətlərin düşməsinə nəzərdə tutursa, onda o, kontraktları satır.

Fyuçers sövdələşmələri, adətən, real əmtəəyə sövdələşmə bağlanarkən bazar qiymətlərinin dəyişməsi hallarında mümkün itkilərdən sığortalanmaq üçün, yəni **hecləmə** üçün istifadə olunur. Hecləmə əməliyyatında sığortalanmanın prinsipi ondan ibarətdir ki, sövdələşmədə əgər bir tərəf satıcı kimi real əmtəəni itirirsə, onda o alıcı kimi həmin miqdarda fyuçersi udur və əksinə hecləməni həyata keçirəni, hər şeydən əvvəl, real əmtəə ilə fyuçers qiymətləri arasındakı fərq maraqlandırır. Baza qiymətlərinin dəyişməsi nəticəsində yaranan gəlir və ziyanın ölçüsü həmişə bazar qiymətlərinin dəyişməsindən yaranan gəlir və ziyandan az olur. Beləliklə, hecləmə

əməliyyatında real əmtəyə olan qiymətlərin dəyişməsindən yarana bilən mümkün itkilərdən sığortalanmaq üçün alıcı analoji fyuçers kontraktını satır, satıcı isə eyni zamanda analoji fyuçers kontraktını alır. Hecləmə zamanı opsiyonlardan geniş istifadə olunur. **Option** – real əmtəə və ya müəyyən edilmiş qiymət üzrə müəyyən müddətdə olan fyuçers kontraktı adlanan müəyyən dəyəri almaq (alış opsiyonu) və ya satmaq (satış opsiyonu) hüququdur. Option forvard və ya fyuçers kontraktı kimi təqdim olunur. Bu növ kontraktlar, əgər tərəflərdən biri arzu edərsə, onların müddəti çatana qədər dayandırıla bilər. Öhdəliyin dayandırılması üstünlüyü alıcıya məxsusdur. Əgər opsiyonu olan tələb edərsə, opsiyonu satan fyuçers kontraktını satmağa məcburdur. Opsionlar ilə satış qiyməti və ya əmtəənin alış qiyməti, fyuçers kontraktı sığortalanır.

Fyuçers kontraktları bağlanarkən həm alıcıdan, həm də satıcıdan brokerə “marjin” adlanan pul məbləği köçürmək tələb olunur. Bu məbləğin ölçüsü, adətən, sahə assosiasiyası tərəfindən hər bit fyuçers sövdələşməsi üçün müəyyən minimal məbləgdə təyin olunur. Bu, kontrakt üzrə öhdəliyi olan hər bir tərəf üçün zəmanət rolunu oynayır. Broker də öz növbəsində belə bir “marjini” birjanın hesablama palatasına köçürür.

6.2. Əmtəə birjalarının təşkilati strukturu və birja əməliyyatlarının həyata keçirilməsi mexanizmi

Birjanın təşkil olunmasına görə iki növ əmtəə birjasını fərqləndirirlər: **geniş hüquqlu və xüsusi hüquqlu əmtəə birjalari**. **Geniş hüquqlu xarakterə malik birjalar** dövlətin müşahidəsi altında olur və birja haqqında qanunlara əsasən fəaliyyət göstərir. İstənilən sahibkar belə birjaların üzvi ola bilər. Bunun üçün o, birja yerləşən rayonda ticarət reyestrində qeydiyyatda olmalı və müəyyən

dövriyyəyə malik olmalıdır.

Belə birjalar Fransada, Belçikada və Hollandiyada geniş yayılmışdır. Geniş hüquqlu birjalarda əməliyyatlar aparmaq üçün birjanın üzvü olmayanlar da iştirak edə bilər.

Xüsusi hüquq xarakterinə malik birjalara taxıl, pambıq, kauçuk, rəngli metallar üzrə ixtisaslaşan ingilis və amerika birjaları aiddir. Burada ancaq birja korporasiyasına daxil olan məhdud sayda iştirakçılar əməliyyat apara bilər. Birja korporasiyaları, adətən, nəşr olunan hesabatla malik və məhdud sayda üzvləri olan səhmdar cəmiyyətlərdir.

Əmtəə birjaları iki əsas funksiyanı yerinə yetirir:

- qiymətlərin müəyyən edilməsi;
- qiymət riskinin köçürülməsi.

Bundan başqa, birjalar bir neçə əlavə funksiyanı da yerinə yetirir: qiymətlərin kotirovkası (birja yığıncağında müəyyən edilən qiymətin qeyd edilməsi və nəşri), birja əmtəələri üzrə standartların müəyyən edilməsi, nümunəvi kontraktların işlənməsi, arbitraj, ləğv etmə kassaları və ya hesablama palatası vasitəsilə birja üzvləri arasında hesablaşmalar, informasiya fəaliyyəti və öz müştərilərinə sair xidmətlər.

Birja əməliyyatlarının iştirakçıları aşağıdakılar ola bilər:

- sövdələşməni öz hesabına və öz adından həyata keçirən **ticarət firmaları**;
- müəssisələrinin məhsullarını reallaşdıran **sənaye firmaları** həmçinin **plantasiya firmaları** və elevator sahibkarları;
- birjada alınan məhsul istehlakçısı kimi çıxış edən **emaledici firmalar**;
- öz adlarından və öz müştərilərinin hesabına sövdələşmə bağlayan və ticarət vasitəçiləri kimi geniş çıxış edən **broker və ya maklerlər**.

Birja əməliyyatlarının həyata keçirilmə mexanizmi aşağıdakı kimidir:

1. Müştəri (alıcı və ya satıcı) birja üzvü olan və birjada sövdələşmə bağlamaq hüququ olan birja brokerlərinə və ya broker firmalarına broker xidmətlərlə bağlı müraciət edir və müəyyən şərtlərlə müəyyən miqdar əmtəəni almaq və ya satmaqla bağlı birja sövdələşməsini həyata keçirmək tapşırığını verir. Bu tapşırıq və ya sifariş özündə üç əsas göstəricini birləşdirir: əmtəənin miqdarı, göndərilmə müddəti və qiymət. Qiymətlə bağlı qeyd etmək lazımdır ki, bir çox sövdələşmələrdə əməliyyatın yerinə yetirilməsi üçün qiymət limiti təyin olunur, digər hallarda isə verilən anda bazarda ən əlverişli qiymətlərlə (və ya qiymətlərin düşməsi və ya qalxması ilə, yaxud da az xərclərlə) sövdələşməni həyata keçirmək tələb olunur. Bununla bağlı “bazar üzrə əmr” (bazar qiymətlərlə kontraktın bağlanması) və limitləşdirilmiş əmr (qiymətin müəyyən həddə çatması şərti ilə) üzrə kontraktları fərqləndirirlər.

2. Müştərinin birja brokerinə tapşırığı razılaşma ilə rəsmiləşdirilir. Bu razılaşmaya uyğun olaraq broker sövdələşmə şərtlərinin yerinə yetirilməsi öhdəliyini götürür, müştəri isə bunun əvəzində brokerə müəyyən mükafat (adətən sövdələşmə məbləğinin 10-15% həcmində) verir. Qiymətlərin qalxması zamanı broker müştəridən əlavə təminat tələb edə bilər. Bütün sövdələşmələr yazılı formada rəsmiləşdirilir. Kontraktın tez rəsmiləşdirilməsi birja əməliyyatlarında xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bunun üçün çox vaxt kontraktın standartlaşdırılmış formalarından geniş istifadə olunur.

3. Broker agentləri təcili rabitə vasitələri ilə müştərinin tapşırığını birjanın əməliyyat zalında olan broker köməkçisinə, o da ring brokerinə ötürür. Daha doğrusu, sövdələşmənin bağlanmasından sonra, birja əməkdaşları sövdələşmənin qiyməti, miqdarı və müddəti haqqında birja lövhəsində qeyd edirlər. Bu məlumatlar birjanın

teleqraf aparatları sistemilə təkcə zalda olan birja üzvlərinə deyil, birja ilə əlaqədar olan uzaq məntəqələrə də ötürülür. Bütün bu əməliyyatlar bir neçə saniyə ərzində baş verir.

4. Broker tələb edilən sövdələşməni başa çatdırır, qiyməti, əmtəənin miqdarını, sövdələşmə vaxtını, broker-kontragentin familyasını qeyd edir.

5. Ticarətin başa çatmasından sonra yazılı kontrakt rəsmiləşdirilir ki, bu da sövdələşmənin ödənilməsindən və broker mükafatının verilməsindən sonra müştəriyə verilir. Əgər müştəri alınan əmtəəni yenidən satmaq istəyirsə, o broker firmasına təzədən tapşırıq verir və bütün əməliyyatlar təkrar olunur.

6.3. Beynəlxalq hərraclər, onların təşkili və beynəlxalq hərrac ticarətinin təşkilati formaları

Hərrac (latınca – açıq satış deməkdir) əmtəəyə qabaqcadan baxmaq hüququ ilə əvvəlcədən müəyyən edilmiş yerdə və vaxtda keçirilən, ayrı-ayrı əmtəə növlərinin ümumi açıq satışının bir üsulu və ya növüdür. Hərraclarda, adətən, fərqli, özünəməxsus xüsusiyyətləri olan əmtəələr tək-tək, nümunə kimi və ya partiyalarla (lotlarla) reallaşdırılır. Hərracda əmtəə ən yüksək qiymət təklif edən alıcıya satılır. Hərracların əsas şərtini əmtəəyə əvvəlcədən baxışın keçirilməsi təşkil edir.

Hərracın keçirildiyi torq – ticarət prosesində auksionist-hərracçı (hərracı keçirən şəxs) hərracda iştirak edən potensial alıcılara (auksionerlərə) satılan əmtəə onun başlanğıc-start qiyməti haqqında məlumat verir. Sonra növbə ilə auksionerlər almağa hazır olduqları əmtəənin qiymətlərini artan tempdə elan edirlər. Torq ən yüksək qiymət təklif edilənə qədər davam edir. Bu **“ingilis hərracı”** adlanır. Daha doğrusu, əmtəələrin satışı zamanı hərraclər (və ya auksionlar)

“**birbaşa hərraclar**” (ingilis variantı: artma hərracı), əmtəələrin alışı zamanı isə “**əks hərraclar**” (holland variantı: azalma hərracı) formatına malik olur. “Holland hərracı” anlayışı zamanı kontrakt bağlamaq hüququ kontrakta daha aşağı qiymət təklif edən və buna nail olan şəxsin qələbə çaldığı torqa (satışa) aiddir. Yəni, holland hərracı zamanı satış ən yüksək qiymətdən başlayaraq, bu qiymətin azaldılması ilə davam edir və satış elan edilən qiymətin alıcısı tapılana qədər davam edir.

Beynəlxalq əmtəə hərracları. (ingiliscə - auction, fransızca – vente aux enchures, almanca - auktion) – xüsusi təşkil edilmiş və müəyyən yerlərdə dövri olaraq fəaliyyət göstərən bazarlardır ki, burada açıq satış yolu ilə əvvəlcədən şərtləşdirilmiş vaxtda və yerdə, alıcı tərəfindən əmtəəyə qabaqcadan baxışın keçirilməsi və ona daha yüksək qiymət təklif edən alıcıya əmtəənin mülkiyyət hüququnun verilməsi həyata keçirilir. Beynəlxalq hərracların da əsas şərti əmtəəyə qabaqcadan baxışın keçirilməsidir. Məhz bu şərt sonradan hərrac satışı zamanı əmtəənin keyfiyyətilə bağlı hər hansı bir iradlara imkan vermir.

Hərrac satışının predmetini, bir qayda olaraq, eyni səviyyəli keyfiyyət göstəriciləri olmayan əmtəələr təşkil edir. Bu baxımdan beynəlxalq əmtəə hərraclarının əsas predmetini: xəzlər (xammal və ya emal edilmiş şəkildə), yuyulmamış yunlar, çay, tütün, tərəvəz, meyvə, balıq (canlı və ya donmuş), tropik meşə məhsulları, at, almaz və s. təşkil edir. Bəzi məhsullar, məsələn xam dəri həm birja və həm də hərrac ticarətinin predmeti kimi çıxış edə bilər.

Beləliklə, hərraclarda satış müxtəlif üsullarla, məsələn: **inplus** və **inminus** torqları vasitəsilə açıq satış formasında həyata keçirilir. Hərracda iştirak etmək üçün, adətən, alıcı tərəfindən müəyyən əmanətin ödənilməsi tələb olunur, qalan məbləğ əmtəənin alınması zamanı ödənilir. Satılan əmtəə açıq satışın başa çatmasından dərhal

sonra alıcı tərəfindən alınmalıdır. Dünya üzrə hər bir hərrac əmtəəsi üçün artıq xüsusi beynəlxalq hərrac mərkəzləri formalaşmışdır ki, burada da həmin əmtəə növlərinin əsas hissəsi beynəlxalq səviyyədə reallaşdırılır. Beləliklə, əsas ixtisaslaşmış beynəlxalq hərrac mərkəzləri aşağıdakılardır:

Norka və xəz xammalları – Sankt-Peterburq, Nyu-York, Monreal, London, Kopenhagen, Oslo, Stokholm, Skandinaviya ölkələri və s.

Yuyulmamış yun (Dünya bazarları üzrə bu xammalın 75-80%-i bu hərraclarda reallaşdırılır) – London, Liverpul, Keptaun, Melburn, Sidney, Bellinqton (Yeni Zelandiya) və s.

Xalça yunu və keçi yunu – Liverpul (əsasən Hindistan və Pakistan xalça yununu satır).

Çay - Kəlküttə və Koçina (Hindistan çayının 70%-i burada satılır). London (Hindistan çayının 30%-i bu hərracda satılır), Kolombo (Şri-lanka çayının 70%-i), Hamburq, Antverpene, Hayrobi və Malavi (Afrika), Sinqapur və s.

Tütün – Nyu-York, Amsterdam, Bremen, Lusaka (Zambiya), Limba (Malavi) və s.

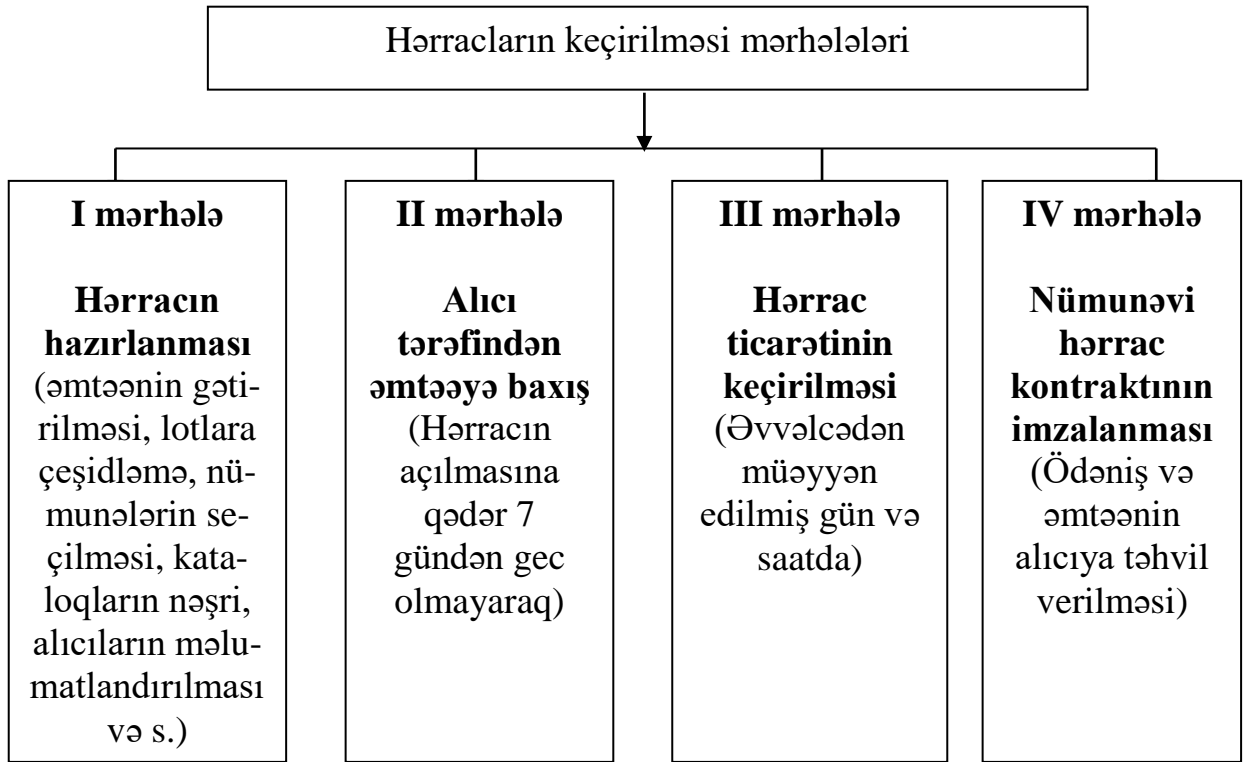
Güllər – Amsterdam.

Tərəvəz və meyvələr – Antverpen, Amsterdam və s.

Balıq – ABŞ, Qərbi Avropa ölkələrinin dəniz limanları (İslandiya və Norveçdən başqa) və s.

At – Dovil (Fransa), London, Moskva və s.

Müxtəlif əmtəələr üzrə, onların xarakterindən asılı olaraq hərracların keçirilməsi mexanizminin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Buna baxmayaraq, ümumi halda bütün növ hərracların keçirilmə qaydası oxşardır. Onların keçirilməsində dörd mərhələni fərqləndirirlər (şəkil 6.2.)



Şəkil 6.2. Hərracların keçirilməsi mərhələləri və onların əsas məzmunu

Hərracın hazırlanması onyn başlanmasına 2-3 ay qalmış başlayır. Hərracda öz əmtəəsini reallaşdırmaq istəyən satıcı onu hərrac kompaniyasının anbarına gətirir. Hərrac mütəxəssisləri əmtələri mümkün eyni keyfiyyət əlamətlərinə görə çeşidləyir və partiyalara (lotlara) ayırırlar. Hər bir lota nömrə verilir və o, növü və əmtəə vahidinin miqdarı göstərilməklə hərrac kataloquna daxil edilir. Məhz kataloq əsasında da əmtəələr hərracda reallaşdırılır. Kataloqda eyni keyfiyyət göstəriciləri olan lotlar bir-birinin ardınca gələrək – **string** adlanan sıralar yaradırlar. Seçilmiş nümunə baxış üçün hərrac zalında yerləşdirilir. Əmtəyə qabaqcadan baxış hərracın keçirilməsinə bir həftə, ən uzağı 10 gün qalmış həyata keçirilir. Alıcı təkcə nümunəyə deyil, bütün lotlara da baxa bilər. Hərrac müəyyən edilmiş gün və saatda hərrac zalında keçirilir. Hərracın son mərhələsində hərrac sövdələşməsi imzalanır və əmtəə alıcıya təhvil verilir. İmzalanmış kontrakt əsasında hesab alıcıya verilir və o,

ödənişi həyata keçirir. Hərracda satılan əmtəəyə görə ödəniş, adətən, hissələrlə: 30-35% kontrakt imzalananda, yerdə qalan hissəsi əmtəənin alınması və ya onun yüklənməsindən sonra ödənilir.

Hərrac ticarətinin təşkili əmtəənin xarakterindən və hərrac ticarətində formalaşmış təcrübədən asılı olaraq aşağıdakı formalara malikdir:

1. Xüsusi – ixtisaslaşdırılmış firmalar. Belə firmalar hərracla-
rın təşkili ilə məşğul olur və hərrac əmtəələrinin satışını həm öz
hesabına və həm də başlanğıc komissiya ödənişi əsasında həyata
keçirə bilirlər. Onlar hərracla-
rın hazırlanması və keçirilməsi üzrə
bütün öhdəlikləri öz üzərinə götürürlər. Hətta onlar satıcıya onların
əmtəəsinə görə ssuda da verə bilirlər. Bu növ firmalardan ən tanın-
mışı “Qudzon bey” adlanan İngiltərəyə məxsus kompaniyadır ki,
onun da Nyu-Yorkda, Monrealda, Londonda çoxlu filialları vardır.

2. Broker-komissiya firmaları. Belə firmalar, adətən, öz müştə-
rilərinin tapşırığı əsasında kommersiya ödənişlərilə hərracları təşkil
edir və əmtəələri bu hərraclarda satırlar. Hərracı keçirən broker
firması, bir qayda olaraq, həm alıcı, həm də satıcının təmsilçisi-
nüməyəndəsi kimi çıxış edə bilər. Bu halda o, həm satıcı, həm də
alıcıdan mükafat alır. Belə olan vəziyyətdə nə alıcı satıcını, nə də
satıcı alıcını tanımaya bilər, hər ikisi yalnız brokeri tanıyır. Broker
komissiya firmalarından ən tanınmışı, “Qudzon bey and Anning”
(xəzlər üzrə), “İst-vud and Xolt” (qaragül yunu üzrə) adlanır.

**3. Heyvandarlıq üzrə fermerlərin birlik (assosiasiya) və
kooperativlərinə məxsus hərrac firmaları.** Belə firmalar Skan-
dinaviya ölkələrində geniş yayılmışdır. Hər bir ölkədə - Danimarka,
Norveç və İsveçdə öz ölkəsinin hərrac ticarətində inhisara malik bir
firma mövcuddur.

6.4. Beynəlxalq torqlar, onların növləri və həyata keçirilməsi qaydaları

Beynəlxalq torqlar, tenderlər – avadanlıqların, əmtəələrin alışı, tikintisi, injiniring xidmətlərinin yerinə yetirilməsilə bağlı sifarişlərin yerləşdirilməsi və müəyyən edilmiş müddətdə müxtəlif ölkələrin bir neçə mal göndərənlərindən torqun təşkilatçıları üçün daha əlverişli təkliflərin qəbul edilməsi və onlarla kontraktların bağlanması üsulu, beynəlxalq müsabiqələrin keçirilməsi hüququdur. Torqun mahiyyəti bir neçə malgöndərəndən (təklif verənlərdən) təkliflərin yığılması və daha əlverişli təklifin seçilməsilə bağlıdır (qiymətə, müddətə və digər kommersiya və texniki şərtlərə görə). Beynəlxalq torqların üstünlüklərinə aiddir:

- açıqlıq;
- rəqabət;
- malgöndərmənin mümkün ucuzlaşma variantlarının mövcudluğu;
- korrupsiyanın məhdudluğu;
- malgöndərən tərəfindən öhdəliyin yerinə yetirilməməsi riskinin aşağı olması və s.

Müasir dövrdə torqlar geniş tətbiq sferasına malikdir. Onlar maşın və avadanlıqların göndərilməsi, “açar altında” tipli obyektlərin tikintisi üzrə sövdələşmələrin bağlanması üçün kontragentlərin axtarışı və seçilməsində böyük rol oynayır.

Alış metodu kimi torqlar daha çox İEOÖ-də geniş yayılmışdır. Məsələn, Birma və Misir kimi xarici ticarətin dövlət inhisarçılığı olan ölkələrdə demək olar ki, əmtəələrin idxalı və bütün podrat əməliyyatları torqlar vasitəsilə həyata keçirilir. Belə alış formaları Hindistan, Şri-Lanka, Pakistan, İran və s. ölkələrdə də geniş yayılmışdır.

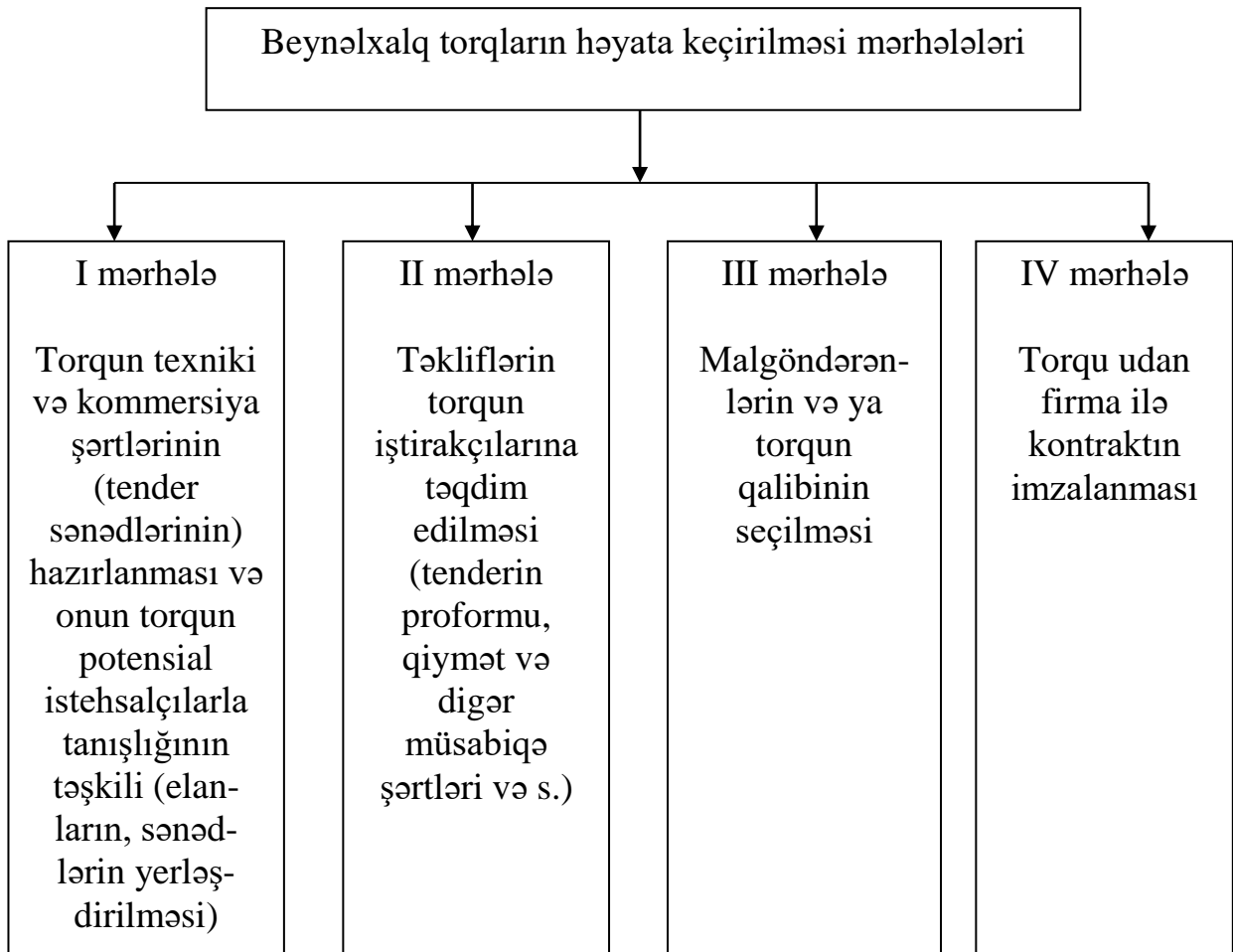
Keçirilmə üsulundan asılı olaraq **açıq və qapalı (bağlı) torqları** fərqləndirirlər.

Açıq (ümumi) torqlarda iştirak üçün arzu edən bütün yerli və xarici firma və təşkilatlar cəlb olunurlar. Belə torqlarda, adətən, standart və universal avadanlıqlara, həmçinin həcmcə çox da böyük olmayan podrat işlərə olan sifarişlər yerləşdirilir.

Bağlı (məhdud, qapalı) torqlarda unikal, özünəməxsus, mürəkkəb və xüsusi avadanlıqlar, kompleks müəssisələr və s. üçün sifarişlər yerləşdirilir. Belə torqlarda xüsusi dəvət alan firmalar iştirak edir və adətən, onlar tanınmış, yaxşı texniki təminatı və böyük rolu olan firmalardır. Dünya təcrübəsində avadanlıqlar üzrə keçirilən torqlar az-az, istisna hallarında olur. Belə torqlarda rəqabət edən firmalar demək olar ki, iştirak etmir və torqun təşkilatçıları ancaq bir firmaya müraciət edirlər.

Beynəlxalq torqların həyata keçirilməsi bir neçə mərhələdən ibarətdir (şəkil 6.3.). Torqların hazırlanması ilə bağlı I mərhələyə tender sənədləri adlanan torqun kommersiya və texniki şərtlərinin işlənməsi və onun **torqun potensial iştirakçıları – oferentləri** tərəfindən tanış olması daxildir. Torqun keçirilməsilə bağlı ilkin işlərin gedişində idxalçı torqun təşkilatçısı və sifarişçisi kimi çıxış edir. tender şərtlərində alınması nəzərdə tutulan avadanlıq və digər əmtəələrin adı, miqdarı, texniki-iqtisadi xarakteristikaları, əsas texniki şərtləri və s. göstərilir. Tender şərtlərində həmçinin arbitraj şərtləri, cərimələr, zəmanətlər, avadanlığın texniki xidmətinin təminatı ilə bağlı tələblər də göstərilir. Torqun elan edilməsi haqqında informasiya alan və torqda oferent kimi iştirak etmək istəyən firma gözlənilən təkliflərin məzmunu ilə bağlı sifarişçinin bütün tələblərinin əks olunduğu tender şərtləri kompleksini əldə edir. Oferentlərdən torqun şərtlərinə ciddi surətdə əməl etmək tələb olunur. Torqda iştirak etmək üçün təkliflərin təqdiminin müxtəlif

üsullərindən istifadə olunur. Məsələn: oferent öz qiymətini və digər müsabiqə şərtlərini göstərməklə tenderin platformasının bütün səhifələrini doldurur. Torqun keçirilməsinin müəyyən olduğu gündə və saatda təkliflərin olduğu konvertlər açılır, mal göndərmək istəyənlər və onların qiymətləri müzakirə olunur. Müsabiqə, seçimi elan edilmiş torqun növündən asılı olaraq açıq və qapalı ola bilər.



Şəkil 6.3. Beynəlxalq torqların həyata keçirilməsi mərhələləri və onların qısa məzmunu

Tenderin baş tutma müddəti bir aydan dörd aya qədər ola bilər. Torqu udan oferent ikinci zəmanət ödənişini keçirməyə məcburdur (sifarişin dəyərinin 5-10%-i həcmində). Torqu udan firma ilə kontraktın imzalanması beynəlxalq torqların keçirilməsinin axırncı mərhələsi hesab edilir.

Torqun təşkilatçılara, subyektlərinə dövlət təşkilat və müəssisələri, həmçinin bələdiyyələr, nadir hallarda isə iri xüsusi firmalar aid ola bilər. Torqda iştiraka görə təklif olunan sövdələşmənin 1-3%-i həcmində zəmanət haqqının keçirilməsi lazım gəlir.

6.5. Beynəlxalq kommersionya fəaliyyətində reklam işinin təşkili və reklam məqsədilə istifadə olunan əmtəə nişanının növləri

Kommersionya reklamı məhsula olan tələbin yaradılması və satışın həyata keçirilməsi məqsədilə, əsasən bədii, texniki, psixoloji və s. üsulların köməyiylə əmtəə və ya xidmət haqqında məlumatın açıq şəkildə təqdim edilməsi formasıdır. Məqsəddən asılı olaraq: **ilkin, rəqabət və saxlanma-qorunma** reklam növlərini fərqləndirirlər.

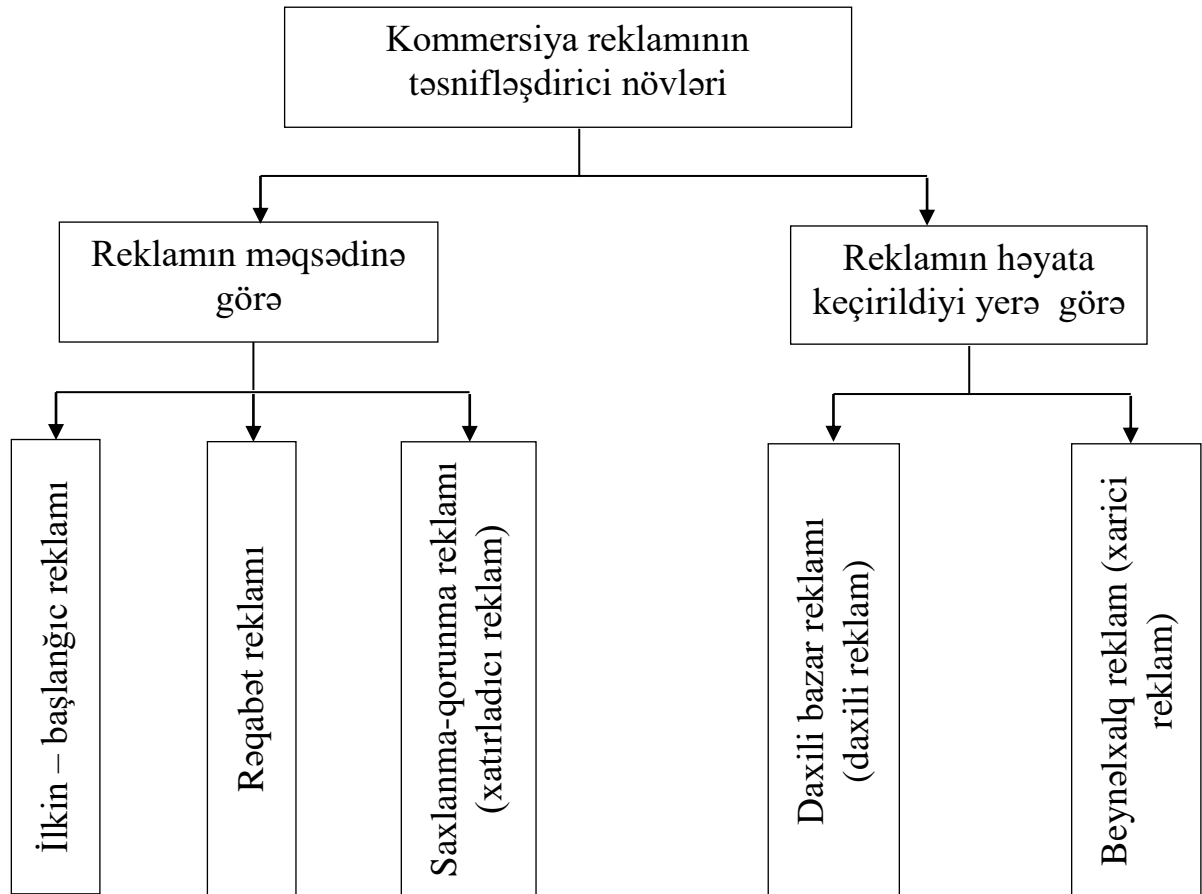
İlkin reklamın məqsədi əmtəə və xidmətlərin satış yeri, keyfiyyəti, qiyməti, istehlak üsulu və s. haqqında ətraflı məlumatın verilməsi yolu ilə, əvvəlcədən müəyyən edilmiş mümkün istehlakçılar dairəsini verilən bazar üçün yeni olan əmtəə və xidmətlərlə tanış etməkdir.

Rəqabət reklamı – rəqabət edən firmalar tərəfindən buraxılan çoxlu sayda analoji məhsullar içərisindən reklam edilən əmtəəni ayırır, onun fərqi göstərir və alıcını, onun müəyyən istehlakını ödəyəcəklə xüsusiyyətlərə malik məhz bu əmtəəni almağa inandırır.

Saxlama-qorunma reklamının məqsədi əvvəllər reklam edilən əmtəənin tələbini qoruyub saxlamaqdır. Ona görə də, o yalnız xatırladıcı xarakter daşıyır. Bəzən bu növ reklamdan istehsalçının və ya satıcının anbarında artıq əmtəə ehtiyatlarını ləğv etmək və əmtəələrin mövsümi satışı məqsədilə alıcıya müvəqqəti təsir etmək üçün də istifadə edilir. Bundan başqa, kommersionya reklamının keçirildiyi yerdən asılı olaraq daxili bazar və ixrac, ya da beynəlxalq

reklam növlərini də fərqləndirirlər (şəkil 6.4).

Beynəlxalq reklamın özünəməxsus xüsusiyyətləri (xarici bazarların xarakteri, topdansatış ticarətçilər, fərdi istehlak tələbləri və s.-dən asılı olaraq) olsa da, bütövlükdə dünya bazarlarında əmtəə reklamlarının məqsədi, prinsipləri və vasitələri əksər hallarda daxili bazar reklamlarında olduğu kimidir.



Şəkil 6.4. Kommersiya reklamının növləri

Qeyd etmək lazımdır ki, reklamın məzmununu və istiqamətini müəyyən edən vacib amil əmtəə və ya xidmətin özünün xarakteri, həmçinin reklamın daxili və xarici olmasıdır. Belə ki, əmtəənin xarakteri reklamın vasitələrini müəyyən etməklə yanaşı, onun keçirilməsi miqyasını da təyin edir. İxrac əmtəəsinin reklamına xüsusi fikir verilir. Belə növ reklam əmtəənin təyin olunduğu ölkənin iqtisadi, mədəni, məişət və s. xüsusiyyətlərinə və həmçinin

inkişaf səviyyəsinə maksimum sürətdə uyğun gəlməlidir.

Beynəlxalq kommertiya fəaliyyətində, dünya bazarlarında həyata keçirilən kommertiya reklamının məzmunu aşağıdakı özünəməxsus müəyyən ümumi tələbləri yerinə yetirməlidir:

1. Reklam müəyyən qrup mümkün alıcılara istiqamətlənməli və reklamı həyata keçirən onun məqsədini dəqiq müəyyən etməlidir.

2. Reklam onun həyata keçirildiyi ölkənin nəinki mövcud qanunlarına uyğun olmalı, həmçinin bu ölkədə qəbul edilən etik-mənəvi və estetik normaları da nəzərə almalıdır.

3. Reklam səmərəli və düzgün olmaqla, istehlakçıda reklam edilən əmtəə və ya xidmət haqqında real təsəvvür yaratmalı, rəqabətli məhsul və ya xidmətlərlə bağlı birbaşa müqayisələri özündə əks etdirməməli, eyni zamanda onlar haqqında xoşagəlməz rəylər, fikirlər yaymamalıdır.

4. Bütün növ reklamlar tələbin mövsümliliyini nəzərə almaqla, stabil, müntəzəm və davamlı sürətdə həyata keçirilməlidirlər.

Reklamın həyata keçirilməsinin əsas vasitələri aşağıdakılardır:

- dövrü nəşr, qəzetlərdə reklam və müxtəlif məlumat mənbələrində reklam (əlan, məqalə, reklam materialı formasında);

- nəşr edilən reklam (kataloqlar, prospektlər, reklam vərəqləri və bukletlər, reklam məktubları, göndəriş və əlavələr və s.);

- televizorda nümayiş etdirilən reklam (reklam elanları, göstərilən kommertiya reklamı, maliyyələşdirilən reklam, reklam müsahibəsi, filmlər və s. formalarda);

- radioda verilən reklam (radioəlan, sərbəst reklam proqramları, maliyyələşdirilən xüsusi proqramlar və s. formalarda);

- kino reklamı (ümumi reklam filmləri, xüsusi filmlər, dolay-gizli reklam, göstəriş filmləri, kolleksiya filmləri və s. formalarda);

- xarici reklam (küçə, nəqliyyat, işıq və s. formalarda);

- satış yerindən reklam (mağazanın daxilində və xaricində,

nümayiş zalında, salonda, vitrinlərdə, plakat və afişalarda və s.);

- əmtənin təsvir edilməsi reklamı (etiket, flakonlar, qutular, paketlər və s.);

- əmtənin real-həqiqi vəziyyətdə olmasını göstərən reklam (sərgilərdə, yarmarkada, konseqnasiya anbarında, nümunə kabinetlərində və s.);

- maddi reklam (pulsuz hədiyyələr, “əmtəə nümunələri, hədiyyələr, suvenirilər, nümunələrin paylanması, göndərilməsi üsulu – semplinq (samplinq) və s. formalarda”);

- prestij reklam (“pablik rileyşnz”) tək cə əmtəni deyil, firmanın özünü də əhatə edir.

Reklamın həyata keçirilməsi vasitələrinin növünün seçilməsi reklam edilən əmtənin xarakterindən, reklamın məzmunundan, bazarın ölçüsündən, reklamın məqsədindən, mümkün istehlakçılar dairəsindən, xüsusi bazar tələbindən, reklamın hazırlanmasının texniki vasitələrindən, reklam kompaniyasından və s. asılıdır.

Müasir dövrdə İEÖ-də bazarın analoji əmtəələrlə bol olduğunu nəzərə alaraq, bir və ya iki reklam vasitəsinin tətbiqi səmərəli deyildir. Xüsusilə, bazarda yeni əmtənin tətbiqini həyata keçirən firma və təşkilatlar reklam kampaniyası keçirirlər. Belə kampaniya kompleks reklam tədbirlərini özündə birləşdirir.

Reklam vasitələrində reklam işlərinin həcmindən asılı olaraq İEÖ-nün firmaları reklam tədbirlərini müxtəlif cür həyata keçirirlər: ya onlar öz xüsusi reklam şöbələrini yaradır və özləri reklam hazırlayırlar, ya da ixtisaslaşdırılmış reklam agentlərindən istifadə edirlər. Beləliklə, reklam işlərinin həcmindən və istifadə olunan reklam vasitələrindən asılı olaraq reklamın həyata keçirilməsinin təşkilatı formalarını aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

1. **Reklam şöbələri** – reklam həcmi o qədər də böyük olmayan firmalarda reklam şöbəsi kommersiya direktorunun səlahiyyəti

çərçivəsində, böyük həcmli firmalarda isə istehsal şöbələrində (“advertising manager”) yaradılır. Reklam şöbəsinin funksiyasına reklamın seçilməsinin vasitə və metodlarının hazırlanması, müxtəlif reklam materiallarının (kataloq, prospekt və s.) hazırlanması, sərgilərin təşkili, müxtəlif növ reklam vasitələrin tətbiqinin təşkili aiddir. Reklam şöbəsi istehsal, marketing və satış şöbəsilə sıx əlaqədə işləyir.

2. **Reklam agentləri** – reklam layihələrinin tərtibi və reklamın həyata keçirilməsi üzrə öz müştərilərinə xidmət təklif edən ixtisaslaşdırılmış firmalardır. Onlar sənaye və satış firmaları və s. arasında sanki vasitəçi rolunda çıxış edirlər.

Reklam agentlərini aşağıdakı prinsiplər üzrə təsnifləşdirmək olar:

1. Göstərilən xidmətin həcminə görə - tam xidmət və ya məhdud xidmət reklam agentləri;

2. Göstərilən xidmətin növünə görə - universal, ixtisaslaşdırılmış (konkret əmtəə növünə görə və ya reklam vasitəsi üzrə);

3. Fəaliyyət sferasına görə - daxili və xarici bazar üzrə reklam agentləri (və ya ikisi birlikdə).

Reklam agentləri reklam işlərini reklamı sifariş verənin hesabına təşkil edirlər. Reklam agentinin xidməti reklam verən tərəfindən deyil, agentin reklamı yerləşdirdiyi reklam vasitəsilə ödənilir (reklam dəyərinin 15%-i həcmində). Reklam sifariş verənlə və reklam agentləri arasındakı münasibətlər onlar arasında bağlanan razılaşma ilə tənzimlənir.

Beynəlxalq kommersiya fəaliyyətində reklam məqsədilə əmtəə nişanlarından geniş istifadə olunur. **Əmtəə nişanı** - əmtəəni və onun istehsalçısını fərqləndirmək üçün əmtəəyə verilən orijinal, özünəməxsus və onu başqa əmtəələrdən ayıran işarədir. O nəinki qrafik təsvir, orijinal işarə və ad, həmçinin rəqəm, hərf və

simvolların birləşməsi formasında da ola bilər (müəssisə sahibinin adı, firmanın adı və s.). Əmtəə nişanı əmtəənin növündən asılı olaraq bilavasitə əmtəəyə, ya qablaşdırmaya birləşdirilə, ya da etiketdə verilə bilər.

Əmtəə nişanları əmtəə markaları, fabrikləşmə markaları, firma işarələri və s. də adlandırılabilir. İngiltərə, Fransada əmtəə nişanları əmtəə markaları (ingiliscə - trade mark, fransızca – margue de fabrique et de commerce) adlandırılır. Hər bir müəssisə məhsullarının ayrı-ayrı növləri üçün çoxlu sayda işarəyə malik ola bilər. Ancaq, bir qayda olaraq, o, yalnız bir ticarət və ya fabrikləşmə nişanına sahib ola bilər.

Dünya bazarlarında rəqabət mübarizəsinin əsas vasitələrindən biri də - əmtəə nişanının kommersiya reklamı ilə uzlaşmasıdır. Buna görə də, onun özünün reklam edilməyə ehtiyacı vardır. Əmtəə nişanı bir çox şərtlərə: orijinal, sadə, tez yadda qalan olmalı, əmtəə nişanı haqqında qanunun tələblərinə uyğun gəlməlidir. Əmtəə nişanı az saylı elementlərdən təşkil olunmalıdır. Əmtəənin keyfiyyət və xüsusiyyətlərinin əmtəə nişanına daxil edilməsi (alkoqolsuz, filtsiz və s.) məqsədəuyğun deyildir. Özünü doğruldan əmtəə nişanının yeni modelləri tətbiq edildiyi zaman yalnız sıra nömrəsinin dəyişdirilməsi səmərəlidir (məsələn – Boing-707, Konver-720, Konver-880 və s.). Əmtəə nişanı imkan daxilində coğrafi adları daşımamalıdır. Əmtəə nişanının qanuniləşdirilməsi və qeyd edilməsi müxtəlif ölkələrdə müxtəlif cürdür. Finlandiya, Yunanıstan və Latın Amerikasına ölkələrində əmtəə nişanının qeyd edilməsi məcburidir, ancaq o qanunla qorunmur. Bir çox ölkələrdə (İngiltərə, Avstraliya, Braziliya, Avstriya) əmtəə nişanının mülkiyyət hüququ qanuni şəkildə tanınır. Bəzi ölkələrdə isə (Türkiyə, Yunanıstan) müəyyən növ əmtəələrə olan (dərman, qiymətli metallar və s.) əmtəə nişanının qeyd edilməsi mütləqdir. Əmtəə nişanının qeyd edilməsi müəyyən dövlət orqanlarında, uyğun müddətdə həyata keçirilir. İxtiraçılar

əmtəə nişanının mütləq qeyd edilməsinə səy göstərirlər, çünki bu onların əmtəələrinin hüquqi cəhətdən qorunmasına zəmanət verir.

6.6. Beynəlxalq yarmarka və sərgilərin növləri və onların təşkili

Yarmarkalar - ilin müəyyən edilmiş vaxtlarında, müntəzəm olaraq eyni bir yerdə, dövrü olaraq fəaliyyət göstərən bazar növüdür. Yarmarkaların məqsədi ticarət sövdələşmələri bağlamaq məqsədilə iştirakçılara öz istehsal nümunələrini, yeni nailiyyətlərini və texniki təkmilləşdirilmələrini nümayiş etdirmək imkanı yaratmaqdır.

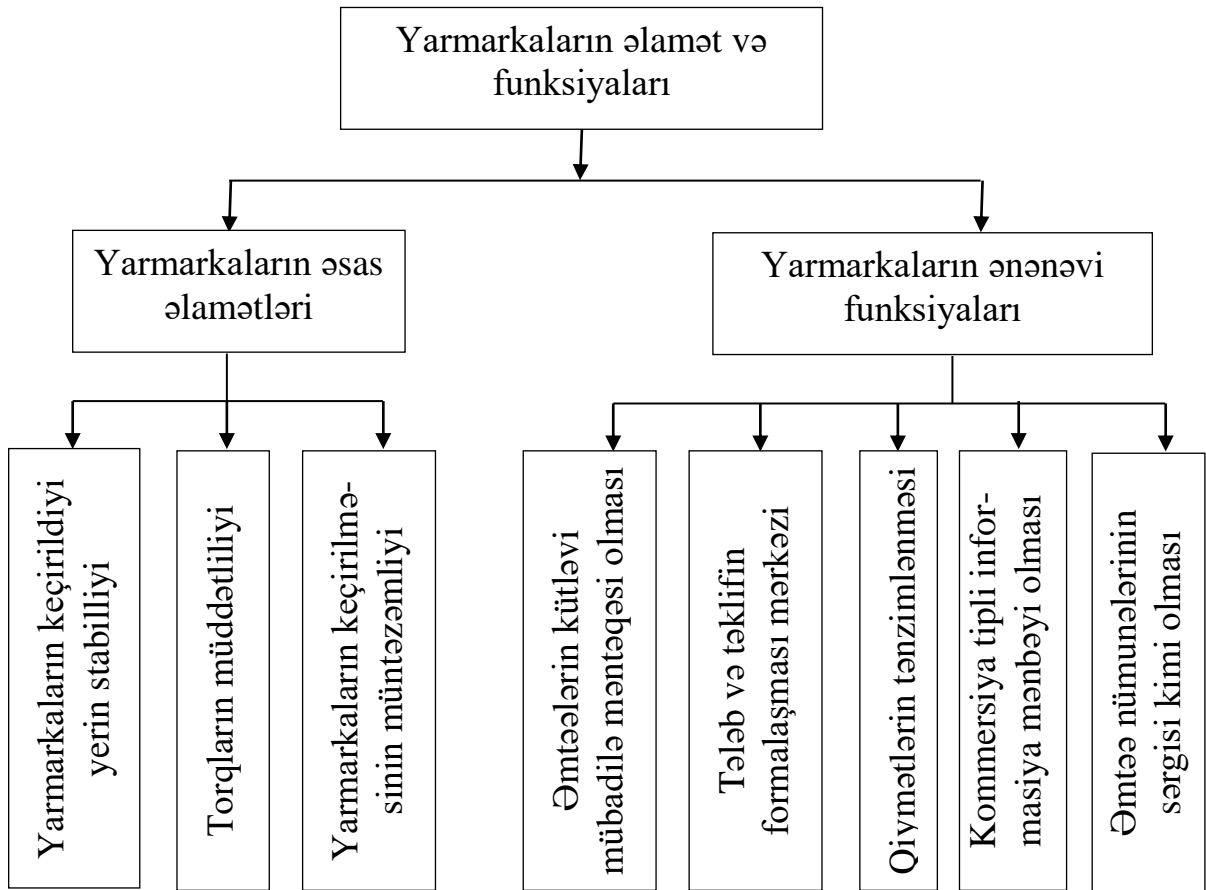
Yarmarkanı (almanca: Jahrmarkt) başqa cür:

- müəyyən vaxtda və müddətə, stabil bir yerdə və sonra fəaliyyət göstərən iri miqyaslı ticarət torqu kimi;

- satış üçün nəzərdə tutulan əmtəələrin nümayiş etdirildiyi sərgi kimi də dəyərləndirmək olar. Hər il Parisdə, Torontoda, Dəməşqdə, Leypsiqdə iri beynəlxalq yarmarkalar həyata keçirilir.

Yarmarkalar başqa sözlə, vasitəçilik subyektləri kimi çıxış edirlər. Beləliklə, **yarmarka** - əmtəələrin potensial alıcılara tanıtılması və sərgilənən nümunələr üzrə topdansatış ticarət sövdələşmələrinin bağlanması məqsədilə müxtəlif növ əmtəələrin toplandığı və nümayiş etdirildiyi, geniş istehlak sferasına malik topdansatış – iri miqyaslı müntəzəm və ya birdəfəlik (illik) fəaliyyət göstərən əmtəə bazarlarıdır.

Yarmarkalar əmtəə bazarlarında qarşılıqlı əlaqələrin xüsusi hüquqi formalarına aid edilir. Belə ki, yarmarka, ilk növbədə, müqavilə bağlamaq üçün gələcək kontragentin axtarılmasının bir üsuludur. İkincisi, yarmarkaların mövcudluğu bağlanmaq ərəfəsində olan müqavilənin iqtisadi səmərəliliyinin təhlilini sadələşdirir. Yarmarkaların əlamət və funksiyaları şəkil 6.5-də göstərilmişdir.



Şəkil 6.5. Yarmarkaların əlamət və funksiyaları

Adətən, sərgi-satış yarmarkalarında sərgilənən nümunələr nümayişdən sonra satılır. Yarmarkaların əsas məqsədi satış məqsədilə çox vaxt istehsal məhsullarının, yeni nailiyyətlər və texniki tərəqqi məhsullarının nümayişi ilə bağlı olduğu üçün sənaye-satış sərgilərinin böyük rolu vardır.

Beləliklə, **satış sənaye-sərgilərinin** məqsədi bir və ya bir neçə müxtəlif ölkələrin istehsalını bir və ya bir neçə istehsal istiqamətində, elm və texnika sahəsində elmi-texniki nailiyyətlərini göstərməkdir. Müasir şəraitdə sərgilərin əksəriyyəti əmtəə mübadiləsinin inkişafı maraqlarında təşkil olunur və bura qeyri məhdud sayda alıcılar və satıcılar buraxılır, burada sərgi nümunələri üzrə kommersiya sövdələşməsinin bağlanmasına icazə verilir.

İqtisadi əhəmiyyətinə və iştirakçıların tərkibinə görə yarmarkalar

və sərgilər iki növə: milli və beynəlxalq növlərə ayrılır.

Milli yarmarka və sərgilərdə xarici alıcıların iştirakına icazə verilir, ancaq satış hüququ yalnız milli firmalara şamil edilir.

Universal yarmarka və sərgilərdə sərgiləndirilən eksponatlara – nümunələrə müəyyən əmtəə qrupları üzrə heç bir məhdudiyyət qoyulmur. Burada istənilən ölkənin istənilən istehsal sahəsinin əmtəələri nümayiş etdirilə bilər. **İxtisaslaşdırılmış yarmarka və sərgilərdə** isə bir və ya bir neçə qarışıq sahənin tətbiqi, elmi nailiyyətləri göstərilə bilər.

Başqa ölkələrin ərazisində təşkil olunan milli sərgilər də geniş yayılmışdır. Onları müddətinə və keçirilmə xüsusiyyətlərinə görə aşağıdakı növlərə: qısamüddətli, hərəkət edən, nümunələrin stabil göstərilməsi sərgilərinə, ticarət mərkəzlərinə, ticarət həftələrinə ayırırlar.

Qısamüddətli sərgilər - üç həftədən artıq olmayan müddətdə keçirilir. Belə sərgilər ya ümumi, ya da ixtisalaşdırılmış (yəni hər hansı bir sahənin nailiyyətlərini göstərmək üçün) xarakterə malik ola bilər.

Hərəkətdə olan sərgilər - müxtəlif nəqliyyat vasitələrindən istifadə etməklə, daha çox iştirakçı və alıcı dairəsini əhatə etmək məqsədilə təşkil olunur. Hərəkət edən sərgilər və ya üzən sərgilər iri gəmilərin göyertələrində daha çox göstərilir.

Nümunələrin stabil göstərilməsi sərgiləri – nümunə üzrə sövdələşməni bağlamaq üçün ixrac məhsulların nümunəsinin nümayişi məqsədilə təşkil olunur. Belə növ sərgilər daha çox diplomatik konsulluqlarda həyata keçirilir.

İnkişaf etmiş ölkələr çox vaxt xaricdə sərgi-yarmarka məqsədilə ticarət mərkəzləri yaradırlar. Ticarət həftəsi isə, adətən, iri şəhərlərin universal mağazalarında istehlak əmtəələrini göstərmək üçün təşkil olunur.

Beynəlxalq yarmarkalar - əsasən, ixrac məqsədilə təyin olunan əmtəələrin nümayişi üçündür və onları əmtəənin reklamı və irəlilədilməsi məqsədilə yanaşı, potensial ixracatçı və idxalçılarla kontraktların bağlanmasının təşkilini həyata keçirən özünəməxsus forum kimi dəyərləndirmək olar. Hərriqlardan fərqli olaraq yarmarkalarda satış üçün müəyyən edilən bütün əmtəələr deyil, yalnız onların nümunəsi təqdim edilir.

Yarmarkalarda bilavasitə konkret sövdələşmə bağlanılır və tərəflər hərəc və ya birjalarda olduğu kimi, hər hansı bir reqlamentlə, ya da sövdələşmənin bağlanmasının ümumi şərtlərilə bir-birilə bağlı olurlar. Burada bağlanılan kontraktın məzmunu tərəflər vasitəsilə sərbəst seçilə bilər, o cümlədən tərəflərin hər hansı birinin təklif etdiyi nümunəvi kontraktlar üzrə də sövdələşmələr bağlana bilər. Ancaq, yarmarkalarda sövdələşmələr daha çox yarmarkaların başa çatması ilə bir vaxtda bağlanılır və ixracatçılar, bir qayda olaraq, sərgilənən əmtəələrin ofertasının toplanması ilə məhdudlaşırlar.

Beynəlxalq ticarət sərgiləri – dünyanın müxtəlif sənaye mərkəzlərində istehsalın bir və ya bir neçə sahəsinin daha yaxşı məhsullarının epizodik nümayişi üçündür. Beynəlxalq sərgilərin (həmçinin yarmarkaların) əsas funksiyalarına aiddir:

- əmtəələrin reklamı;
- təsərrüfat əlaqələrinin qurulması;
- məhsulun satışı;
- məhsulun rəqabət qabiliyyətinin yoxlanması;
- bazarın monitorinqi;
- firmanın nüfuzluluğunun təsdiqi.

Beynəlxalq konvensiyalara görə, **beynəlxalq rəsmi sərgilərdə** iştirak üçün digər ölkələr diplomatik yolla dəvət olunurlar. Belə sərgilər dövrü xarakter daşıyırlar, onların əsas məqsədi isə müxtəlif

ölkələr tərəfindən istehsalın bir və ya bir neçə sahələrində əldə edilən nailiyyətləri aşkarlamaqdır. Bundan başqa, beynəlxalq rəsmi sərgilərin keçirildiyi müddətdə alıcılar və sərgiyə gələnlər arasında heç bir fərq qoyulmur. Beynəlxalq sərgilərin davam etmə müddəti altı aydan artıq olmamalıdır. Beynəlxalq büro lazım gələrsə, ümumi halda sərgilərin daha uzun müddətdə (12 aydan çox olmamaqla) fəaliyyətinə icazə verə bilər.

Beynəlxalq yarmarka və sərgilərin əsas üstünlüklərindən biri də odur ki, onlarda müxtəlif ölkələrdə istehsal olunan çoxlu miqdarda əmtəə nümunəsi toplanılır. Satıcı üçün yarmarka və sərginin əhəmiyyəti onunla bağlıdır ki, o öz əmtəəsi üçün ən müxtəlif reklam vasitələrindən istifadə etmək imkanlarına malik olur. Beynəlxalq sərgilər arasında **ümumi dünya sərgilərini** də fərqləndirmək lazımdır. Onların əsas məqsədi iştirakçı ölkələrin və iri beynəlxalq təşkilatların elm, texnika və incəsənət sahəsindəki nailiyyətlərini nümayiş etdirməkdir.

Beynəlxalq yarmarka və sərgilərdə bağlanan kontraktların əsas növləri aşağıdakılardır:

1. Nümayiş etdirilən nümunə (həmçinin çertyoj, kataloq, model) üzrə sonradan əmtəənin nümayiş etdirilməsi şərti ilə bağlanan kontraktlar;

2. Nümayiş etdirilən eksponatların-nümunələrin: maşın və avadanlıqların, geniş istehlak mallarının və s. özlərinin satışı ilə bağlanan kontraktlar. Bu sövdələşmələr adətən franko – yarmarka şərtində bağlanır.

Yarmarka və sərgilərin işini bu sərgi və yarmarkaların keçirildiyi ölkənin müəssisələri və ya beynəlxalq təşkilatlar təşkil edirlər. Beynəlxalq sərgi və yarmarkaların işinin təşkilinə kömək edən yerli müəssisələrə: nazirlik və bölmələr, satış palataları, sənaye və ticarətçilərin assosiasiyası, ictimai təşkilatlar və s. aiddir. Bu növ

sərgilərin keçirilməsinə yerli hökumət orqanları da yaxından yardım göstərir. Beynəlxalq sərgi və yarmarkaların fəaliyyətini tənzimləyən təşkilatların böyük rolu vardır. Beynəlxalq sərgi və yarmarkaların fəaliyyətini tənzimləyən təşkilatlara aiddir:

1. 1931-ci ildə yaradılan və beynəlxalq sərgilər haqqında 1928-ci ildə qəbul edilmiş Paris konvensiyasının yerinə yetirilməsinə nəzarət edən **beynəlxalq sərgi bürosu**. Sərgini təşkil edən ölkə dəvətnamələrin göndərilməsinə altı ay qalmış bu büroda qeyd olunmalıdır. Bu büro sərgiləri təşkil edənlərə bir çox güzəştlər verir.

2. 1925-ci ildə yaradılmış **beynəlxalq yarmarkalar birliyi**. Onun əsas məqsədi: beynəlxalq sərgilərdə stabil əməkdaşlığı həyata keçirmək, onların fəaliyyətini genişləndirmək və bununla da ölkələr arasında əmtəə mübadiləsinin inkişafına təsir göstərməkdir.

3. 1955-ci ildə BMT-nin Avropa İqtisadi Komissiyası yanında yaradılmış xarici ticarətin inkişafı üzrə **Beynəlxalq Yarmarkalar Komissiyasının işçi qrupu**. Onun tərkibinə 20-dən artıq ölkənin nümayəndəsi və həmçinin Beynəlxalq Yarmarkalar Birliyi və Beynəlxalq Ticarət Palatası daxildir.

6.7. Texniki xidmət və onun təşkili xüsusiyyətləri

Texniki xidmətin əsas məqsədi göndərilən maşın və avadanlıqların istismarının iqtisadi səmərəli və fasiləsiz təşkilidir. Mürəkkəb və kompleks avadanlıqların göndərilməsi zamanı texniki xidmətə aiddir: avadanlıqların xidməti istismarı və sazlanması üzrə alıcıların müxtəlif güzəştlərlə təmini, fəhlə və mütəxəssislərin avadanlıqların iş prinsipi ilə tanış edilməsi, onların öyrədilməsi, istismar və təmir, avadanlıqların texniki istismarı zamanı məsləhətlərin verilməsi, alıcıların ehtiyat hissələrlə və s. ilə təmin edilməsi. Texniki xidmət, bir qayda olaraq: satışdan qabaq xidməti, zəmanət dövründə xidməti

və zəmanət dövründən sonrakı xidməti əhatə edir.

Satışdan qabaq xidmətin əsas məqsədi maşın və avadanlıqları istismara hazırlamaqdır. O avadanlıqların nəqli zamanı meydana çıxan istehsal çatışmazlıqlarının aradan qaldırılmasını, ayrı-ayrı mexanizm və cihazların tənzimlənməsini, maşın və avadanlıqlara daha yaxşı satış görünüşü vermək üçün onların rənglənməsini və s. əhatə edir.

Zəmanət dövründə xidmət profilaktik baxışı, sonradan çıxan hissələrin pulsuz dəyişdirilməsini və s. əhatə edir. Zəmanət müddəti, adətən, avadanlığın istismara buraxıldığı gündən, maşınlar üçün isə onun alıcıya satıldığı gündən hesablanır.

Zəmanət dövründən sonrakı xidmət isə zəmanət dövründəki xidmətdən fərqli olaraq, alıcı tərəfindən ödənilir. O avadanlıqlara dövrü olaraq, baxışı, təmiri, ehtiyat hissələrinin göndərilməsini, avadanlıqların modernləşdirilməsini və s. əhatə edir. Mürəkkəb avadanlıqlara xidmət üçün çox vaxt mal göndərən öz mütəxəssislərini də göndərir. Texniki xidmətin düzgün təşkilinin əsas şərti alıcıları vaxtında ehtiyat hissələri və lazımi materiallarla təmin etməkdir. Bu da öz növbəsində idxalçının ölkəsində maşın və avadanlıqların ehtiyat hissələri anbarının yaradılmasını zəruri edir. Belə anbarlarda, adətən, ehtiyat hissələrinin ən vacib kateqoriyaları saxlanılır. Yerdə qalan hissələr ixracatçının ölkəsindəki mərkəzi anbardan göndərilir. Texniki xidmətin düzgün təşkilinin ikinci əsas şərti təmir emalatxanası və texniki xidmət stansiyalarının yaradılmasıdır. Onların əsas məqsədi maşın və avadanlıqların bütün növ təmir işlərinin təşkili və həmçinin profilaktik tədbirlərin həyata keçirilməsidir. Belə emalatxana və stansiyalar maşın və avadanlıqların müəyyən növ yığımına malik olurlar. Texniki xidmətin təşkilinin üçüncü əsas şərti maşın və avadanlıqların düzgün istismarına və istifadəsinə nəzarətin təşkilidir. Bunun üçün ixracatçı

idxalçını bütün lazımı texniki sənədlərlə, maşın və avadanlıqların iş prinsipi və rejimi, istismar üzrə müxtəlif göstərişlərlə, təmir və istismar üzrə çertyojla və s. təmin etməlidir. Bütün bu istismar sənədləri ixracçı tərəfindən alıcının ölkəsinin dilində hazırlanmalı və maşın və avadanlıqlarla birlikdə göndərilməlidir. Çox mürəkkəb maşın və avadanlıqların istismarına nəzarət üçün ixracatçı çox vaxt özünün mütəxəssislərini də göndərir və onlar avadanlıqların düzgün yığılması, quraşdırılması və istismarında yaxından iştirak edirlər.

VII FƏSİL. TEXNOLOGİYALARIN BEYNƏLXALQ MÜBADİLƏSİNİN ƏSASLARI VƏ TƏŞKİLİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

7.1. Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin əsasları, obyekt və subyektləri

Müasir dövr elmi-texniki tərəqqi (ETT), istehsal qüvvələrinin inkişafı və nəticədə beynəlxalq əmək bölgüsünün daha da dərinləşməsilə fərqlənir. Belə bir şəraitdə dünya ölkələri arasındakı ticarət – iqtisadi münasibətlər kommersiona effekti əsasında elmi-texniki və istehsal əməkdaşlığının sürətli artımı ilə xarakterizə olunur. Məhz bu əməkdaşlığın da əsasını ümumi anlayış kimi istifadə olunan texnoloji mübadilə (digər analoji anlayışlar da istifadə olunur: beynəlxalq texnoloji mübadilə, elmi-texniki fəaliyyət nəticələrinin beynəlxalq mübadiləsi və ya elmi-texniki nailiyyətlərin beynəlxalq mübadiləsi, texnologiyaların ötürülməsi, biliklərin beynəlxalq mübadiləsi və s.) təşkil edir. UNCTAD-ın ekspertləri “texnologiya” kateqoriyasını məhsul istehsalı haqqında müntəzəm biliklər kimi təyin edirlər. Belə biliklərə istehsalın ümumi fiziki və kimyəvi şərtləri, metodları, istehsalın texniki-iqtisadi təşkili, idarəsi və s. aiddir.

Texnoloji mübadilə sferasına ümumiyyətlə təbiətin (elmin) dərk edilməsinin nəzəri qanunauyğunluqları, onların çevrilməsi, həyata keçirilməsi təcrübəsindən (texnika) başlayaraq istehsal və maddi-həyat nemətlərinin yaradılması, təkmilləşdirilməsinə qədər insan fəaliyyətinin bütün formalarını (elm, texnika, istehsal, idarəetmə) özündə cəmləşdirir. Bu mənada beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə, beynəlxalq kommersiona fəaliyyətində texnologiyaların beynəlxalq ticarəti xüsusi yer tutur.

Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsi və ya ticarəti –

əvəzsiz olaraq və yaxud kommertiya əsasında elmi-texniki nailiyyət, bilik və təcrübənin dövlətlərarası miqrasiyasına deyilir. Texnologiyaların mübadiləsinin və yaxud ötürülməsinin əsas səbəbi yeni texnologiyaların yaradılması və elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işləri (ETTKİ) sahəsində BƏB-in dərinləşməsi prosesləridir.

Elmi-texniki biliklərin, texnologiyaların beynəlxalq ticarəti üzrə əməliyyatların əsas məzmunu kommertiya əsasında xarici kontragentə təkcə elmi deyil, həmçinin praktiki və tətbiqi dəyəri (onların əsasında yeni istehsal məhsullarının yeni növ kommertiya xidmətlərinin mənimsənilməsi və s.) olan elmi-texniki fəaliyyətin nəticələrinin təqdim edilməsindən ibarətdir. Beynəlxalq təcrübədə belə əməliyyatlar, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsi və ya ötürülməsi adlanır.

Texnologiyaların mübadiləsinin əsaslarını müəyyən edərkən, elmi-texniki əlaqələr (əməkdaşlıq) anlayışının mahiyyətinə də diqqət vermək məsləhətdir. Belə ki, elmi-texniki əlaqələr beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsi yolu ilə ETTKİ-nin, texnoloji işləmələr, qabaqcıl istehsal təcrübəsi nəticələrinin mübadiləsi əsasında elmi-texniki, istehsal, valyuta-maliyyə və hüquqi xarakterli qarşılıqlı münasibətlərin məcmusunu əks etdirir. Elmi-texniki əlaqələr elm və texnika sahəsindəki dünya nailiyyətlərinin sürətli və səmərəli istifadə edilməsinə şərait yaradır.

Texnoloji mübadilə geniş mənada istənilən elmi-texniki bilik və istehsal təcrübəsinin milli və beynəlxalq sənayedə hərəkətilə sıx bağlıdır. Biliklərin, texnologiyaların belə mübadiləsi aşağıdakı **qeyri-kommertiya formalarında** həyata keçirilir:

- elmi-texniki nəşrlər;
- sərgilərin, yarmarkaların, elmi simpoziumların keçirilməsi;
- elmi-texniki nümunələrin mübadiləsi;

- alim və mühəndislərin görüşləri;
- tələbələrin, mütəxəssislərin öyrədilməsi, miqrasiyası, alimlərin hazırlanması;
- elm və texnika sahəsində əməkdaşlıq üzrə beynəlxalq təşkilatların fəaliyyəti və s.

Texnoloji mübadilə dar mənada kommersioniya əsasında texnologiyaların ötürülməsinin müxtəlif növ və formaları (lisenziya razılaşmaları, injiniring, konsaltinq, françayzing, beynəlxalq texniki yardım və s xidmətlər) ilə həyata keçirilir. Belə mübadilə texnologiyasının (biliyin) istifadəsindən əldə edilən mənfəətlə dəyərləndirilir və məhz bu texnologiya dünya texnoloji biliklər bazarına çıxmaq imkanına malik olur.

Texnologiyasının kommersioniya formasında ötürülməsi zamanı texnologiyaya xüsusi əmtəə kimi baxılır. Yeni texnologiyasının alıcısı yüksək rəqabət qabiliyyətli əmtəə istehsal etməklə uzunmüddətli əlavə mənfəət əldə etmək imkanına malik olur. Ancaq, yeni texnologiya ilə istehsal olunan məhsulun yüksək rəqabət qabiliyyəti həmin texnologiyasının yayılma miqyası (əlçatma imkanı) ilə tərs mütənasibdir. Çünki, texniki yenilik verilən sahədə daha çox sayda müəssisələr tərəfindən əldə olunarsa, əlavə mənfəət yoxa çıxır və ya daha yeni təkmil texnologiya meydana çıxır. Ona görə də, elmi-texniki biliklərin inhisarçılıq səviyyəsi yüksək olduqca, texnologiyalar bazarında texnologiya mülkiyyətçisinin vəziyyəti və mənfəəti bir o qədər yüksək olur. Beləliklə, yüksək texnoloji səviyyəyə malik olan firmalar yeni texnologiyaya olan inhisarçılıqlarını saxlamağa çalışırlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, texnologiya əmtəə kimi ETTKİ-yə sərf olunan böyük xərclərə və tətbiq ilə əlaqədar əhəmiyyətli dərəcədə böyük dəyərə malikdir. Texnologiyaya çəkilən xərclərin tez həyata keçirilməsinə baxmayaraq onların dəyərinin hazır məhsula keçməsi

müəyyən müddət tələb edir.

Texnologiyalar dünya bazarlarına iki əsas alıcı qrupu vasitəsilə ötürülür:

- transmilli kompaniyaların (TMK) xarici filial və törəmə firmaları tərəfindən;
- sərbəst firmalar tərəfindən.

Əlbəttə, TMK-lar malik olduqları yüksək texnologiyaları, əsasən, filial və törəmə müəssisələrinə ötürməyə üstünlük verirlər. Onların sərbəst firmalara satışı zamanı, texnologiyanın istifadəsinə görə olan inhisar hüququ itir. Digər tərəfdən də, texnologiyanı alan alıcının potensial elmi-texniki bazası olarsa, onda o, əhəmiyyətli səviyyədə rəqabət edən tərəfə çevrilir ki, bu da TMK-nın maraqlarına uyğun gəlir.

Texnologiyaların ümumi dünya bazarlarında **makrotexnologiyalar bazarı** xüsusi yer tutur. Makrotexnologiyaların dünya bazarı konkret məhsulun – təyyarə, gəmi, xüsusi material, atom reaktorları və s.-nin buraxılışı üçün istehsal imkanları və biliklərin məcmusudur. Dünya bazarlarının təhlili göstərir ki, elmtutumlu məhsulların istehsalını təxminən 50%-ni makrotexnologiya təşkil edir ki, bunların da əsas hissəsi İEÖ-də cəmlənmişdir.

Makrotexnologiyalara aiddir: aviasiya, kosmos, atom, gəmiqayırma, avtomobilqayırma, nəqliyyat, maşınqayırma, xüsusi metallurgiya, xüsusi kimyəvi, yeni materiallar, neft emalı və neftin çıxarılması, qazın emalı və nəqli, dəzgahqayırma, mikro və radio elektronika, kompyuter, informasiya – rabitə kommunikasiyası (İKT-lər), biotexnologiya və s. Belə sahələr çox vaxt **yüksək texnologiyalar** da adlandırılır.

Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin obyektlərinə maddi və qeyri-maddi formada olan intellektual fəaliyyətin nəticələri aiddir. Bu formalar arasında dəqiq bir sərhəd yoxdur. Qeyri-maddi formalar

kimi, texniki sənədləri, bilikləri, təcrübəni, elmi-texniki işləmələrin nəticələrindən istifadəni, lisenziyaları, kompyuter proqramlarını və s. qeyd etmək olar. Texnologiyaların ötürülməsinin maddi formalarına: sənaye nümunələri, ayrı-ayrı aqreqat və texnoloji avadanlıqlar, xətlər və s. aiddir ki, onlar da sonradan bu və ya digər texnologiyanın istehsalı üçün verilir.

Beynəlxalq texnologiyalar bazarının subyektləri kimi dövlətlər, ali məktəblər, müxtəlif elmi-tədqiqat təşkilatları, müxtəlif firma və fondlar, həmçinin fiziki şəxslər – ixracatçılar, alimlər çıxış edir. Başqa sözlə, yaradılan texnologiyanın və ya digər elmi-texniki fəaliyyətin nəticələrinin mülkiyyətçisi, ya onları yaradan, ya da onların fəaliyyətini maliyyələşdirən dövlət və qeyri-dövlət təşkilatları hesab edilir. ETTKİ-lərə ayrılan xərclər çox böyük həcməldə olduğu üçün, belə xərcləri yalnız böyük firmalar, xüsusilə, TMK-lar həyata keçirə bilirlər və onların məhsulu da dünya texnologiyalar bazarında böyük rəqabət gücünə malikdirlər. Buna baxmayaraq, intellektual mülkiyyət və yeni texnologiyalar sahəsində xüsusi kiçik və orta firmalar (onları çox vaxt vençur və ya riskli firmalar adlandırırlar) da böyük rol oynayırlar. Onların əsas üstünlüyü dar ixtisaslaşma ilə əlaqədardır və məhz yüksək rəqabətə əsasən dar çərçivədə ixtisaslaşmış texnologiyalar bazarında nail olurlar.

7.2. Texnologiyaların, elmi-texniki biliklərin və intellektual mülkiyyətin hüquqi mühafizəsi

Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsi bazarlarının ən mühüm şərtlərindən biri də elmi-texniki biliklərin və intellektual mülkiyyətin hüquqi mühafizəsi məsələləridir. Texnologiya intellektual mülkiyyətin bir hissəsi olduğu üçün uyğun olaraq milli

qanunvericilik və beynəlxalq razılaşmalar ilə qorunur. Təcrübədə intellektual (sənaye) mülkiyyət üzrə qanunvericilik hər bir ölkədə qəbul edilən uyğun patent qanunlarına əsaslanır. Ancaq beynəlxalq miqyasda müxtəlif intellektual mülkiyyət obyektlərinin hüquqi qorunmasının vahid qaydaları və texniki qərarın patent qabiliyyətinin mütləq kriteriyaları hələ tam şəkildə formalaşdırılmamışdır. Ümumi halda qeyd etsək, onda texnologiyaların hüquqi mühafizəsinin formalarını aşağıdakı kimi göstərmək olar:

1. **Patent** – yeni məhsul və istehsal prosesinin (adətən 15-20 ilə) kəşf üçün müəyyən müddətə verilən, dövlət tərəfindən tanınan və hüquqi nöqteyi-nəzərdən rəsmiləşdirilən, səlahiyyətli dövlət orqanı tərəfindən fiziki və hüquqi şəxslərə verilən müəlliflik şəhadətnaməsidir. Patent onun sahibinə bu patentdən istifadə və üstünlüyə görə inhisarçı hüquq verir. Əgər patent satılarsa, onda onun mülkiyyət hüququ alınabilir. Patent almaq üçün ixtiraçı patent bürosuna yeni kəşf haqqında bütün tələb edilən informasiyanı təqdim etməli və onun qeyri-adi, tamamilə yeni xüsusiyyətlərini və sənayeyə tətbiqini nümayiş etdirməlidir.

Patent sistemi ikili məqsəd daşıyır: birincisi, ixtiraçını kəşf üçün həyata keçirdiyi xərc və risklərə görə onun tətbiqindən gələn bütün mənfəətlə mükafatlandırır, ikincisi, patent bütün qabaqcıl texnologiyanın cəmiyyətin xeyrinə yayılmasına şərait yaradır. Bundan başqa, patent sistemi yeni kəşflər haqqında cəmiyyəti tam məlumatlandırır və yeni texnologiyaların tətbiqini sürətləndirir.

Dünya səviyyəsində patenti ərizələrinə, patent əməkdaşlığı müqaviləsinə intellektual mülkiyyətin Ümumdünya Təşkilatı baxır.

2. **Lisenziya** – texnologiyanın və yaxud sənaye mülkiyyətçisinin (patentin olub və ya olmamasından asılı olmayaraq), yəni lisenziarın (icazə verənin) maraqlı tərəfə, yəni lisenziata (icazə alana) müəyyən müddətə və müəyyən mükafatla sahibi olduğu

texnologiya və ya yeniliyin, biliyin və s.-nin istifadəsi üçün verdiyi icazədir. Lisenziyalar patent və ya qeyri-patent formada ola bilər. Patentsiz lisenziya NOW-HOW şəklində ola bilər. Adətən, NOW-HOW-ya kommersiya dəyəri olan texniki təcrübə və istehsal sirləri, müxtəlif informasiyalar (çertyoj, riyazi-proqram təminatı, istehsal üsulları, sxemlər, xüsusi qaydalar – istənilən sahədə və s.) aid ola bilər.

3. **Kopirayt (copyright)** – hərfi mənada “çoxaldılma hüququ verən” deməkdir. Kopirayt, əsasən, incəsənət və ədəbi əsərlərin – kitabların, kinofilmlərin, radioverilişlərin, həmçinin istehsalda istifadə oluna bilən çertyoj, eskiz, maket, şəkil və s. –in mülkiyyətçisini onların surətinin çıxarılmasından qoruyur.

4. **Əmtəə nişanları və ya markaları (trademark)** – adətən, firma məhsullarında şəkil, sahibkarların adı və ya фамиliyası (yaxud qısa başlıqları), qrafik təsvir, abbreviatura və s. şəklində ola bilər. Əmtəə nişanları kompaniyanın yerləşdiyi yerdə və həmçinin xaricdə qeydə alınır və onu rəsmi icazə olmadan digər firmalar istifadə edə bilməz.

XXI əsrin əvvəllərinə vahid beynəlxalq-hüquqi patent tələbləri yalnız Avropa İttifaqı (Aİ) tərəfindən işlənmişdir. Avropa regional patent sistemi Avropa patent konvensiyası əsasında hazırlanmışdır (1973-cü ildə imzalanmışdır). İlk Avropa patenti 1980-ci ildə verilmişdir.

Dünya üzrə sənaye mülkiyyəti obyektlərinin əsas hissəsi iki ölkədə - ABŞ və Yaponiyada müdafiə olunur. Ancaq bu sahədə onların arasında bir sıra prinsiplər fərqlər mövcuddur (məsələn: Yaponiyada ixtiraçı patenti ilk təqdim edən hesab edilir, ABŞ-da isə patent ərizəni ilk təqdim edənə verilməyə də bilər, daha doğrusu, verilən ixtiranın ixracçı tərəfindən həyata keçirildiyini sübut edəndən sonra ona patent verilir və s.). Bu və ya digər səbəblərdən 1883-cü

ildə qəbul edilmiş sənaye mülkiyyətinin qorunması haqqında Paris konvensiyasını tamamlayan beynəlxalq müqavilə hal-hazırkı dövrə qədər imzalanmamışdır. Bu konvensiyanın əsas məqsədi – xaricilərə patent kəşflərilə bağlı problemlərin həllini sadələşdirməkdir.

BMT sistemində **intellektual mülkiyyətin qorunmasının Ümumdünya təşkilatı (World Intellectual Property Organization, WIPO)** fəaliyyət göstərir. Bu təşkilatın fəaliyyəti bu sahədə 1980-ci illərdən bəri formalaşmış müxtəlif çoxsaylı konvensiya və müqavilələrə əsaslanır. WIPO öz fəaliyyətində bütün dünyada intellektual mülkiyyətin qorunmasını təmin etmək, müxtəlif ölkələrin bu sahədə birgə əməkdaşlığını təşkil etmək, milli qanunvericiliklərdə olan fərqlərin harmoniyalaşdırılması üçün yeni beynəlxalq razılaşmalar, intellektual mülkiyyət obyektlərinin beynəlxalq qeydiyyatını təmin etmək, elmi-texniki və digər informasiyalar yığmaq, nəşr etmək və s. başlıca məqsəd kimi həyata keçirilir.

Texnologiyaların beynəlxalq ticarəti ÜTT-nin fəaliyyət sferasına daxildir. Onun çərçivəsində **intellektual mülkiyyət hüququnun ticarət aspektləri üzrə razılaşma – The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS** mövcuddur. TRIPS intellektual mülkiyyət hüququnun beynəlxalq ticarətlə bağlı xüsusiyyətlərini – aspektlərini reqlamentləşdirir. TRIPS-in qəbul etdiyi razılaşmaya uyğun olaraq iştirakçı ölkə aşağıdakılara münasibətdə öz üzərinə öhdəlik götürməlidir:

- müəlliflik və çoxaldılma hüququ (copyright and related rights);
- əmtəə nişanları (trade marks);
- coğrafi göstəricilərin istifadəsi (geographical indications);
- sənaye dizaynı (industrial design);
- patentlər (patents);
- inteqral mikrosxemlər topologiyası (layout designs of integrated circuits);

-açıqlanmayan informasiya (protection of undisclosed information).

Bütövlükdə TRİPS razılaşması müasir beynəlxalq ticarətin əsas tərkib hissəsi kimi, intellektual mülkiyyət hüququnun qorunmasından daha qəti normaları irəli sürür. Müasir istehsalın elmtutumlu sahələrində investisiyalar üçün stimulun yaradılması və özündə intellektual mülkiyyəti əks etdirən elmtutumlu əmtəələrin beynəlxalq ticarətinin inkişafı TRİPS razılaşmasının ən böyük nailiyyətlərindən hesab edilir.

7.3. Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin növ və formaları

Beynəlxalq texnoloji mübadilədə reallaşdırılan texnologiyaların aşağıdakı növlərini fərqləndirirlər:

1.Sənaye mülkiyyəti anlayışına aid edilən və patentlə mühafizə olunan ixtira, faydalı modellər, sənaye nümunələri, əmtəə nişanları və s. kimi reallaşan bilik və təcrübələr. İxtira və kəşfi müəyyən və ya tam şəkildə yeniliyi olan bilik və ya elmi-praktiki əhəmiyyəti olan texniki qərar kimi qiymətləndirmək olar. **İxtira** qurğu, üsul, hər hansı maddə-material, mikroorqanizmlər və s., həmçinin başqa məqsədlər üçün tətbiq olunan məlum qurğu və ya üsullar və s. kimi təqdim oluna bilər. Kəşflər onların patent qabiliyyətinin üç əsas əlamətinə cavab verməlidir:

- ixtira səviyyəsi;
- yeniliyi;
- sənayedə tətbiqi.

Faydalı-səmərəli modelləri çox vaxt “**kiçik kəşflər**” adlandırılır, onların da yenilik və sənayeyə tətbiqi əlamətləri vacib sayılır.

Sənaye nümunələri - patentlə qorunan yeni bədii-sənaye qərarı

olmaqla, sənayedə tətbiq olunan məmulatların estetik tərtibatını xarakterizə edir.

Əmtəə nişanları - hər şeydən əvvəl reklam və yüksək imic məqsədilə firmaların buraxdığı məhsulları və ya müəyyən xidmətləri bildirən və xüsusi tərtib olunmuş işarələrdir.

2.Rəqabət qabiliyyətli məhsulların işlənməsi, hazırlanması və istehsalında, həmçinin elmi-texniki-tədqiqat işlərində tətbiq olunan elmi-texniki, istehsal, idarəetmə, maliyyə və s. xarakterli qoruyucu sənədlərlə mühafizə olunmayan, tam və qismən nəşr olunmayan bilik və təcrübələr. Bütün bunlar ümumi anlayış adı altında, yəni NOW-HOW (hərfi mənada: “necə etməyi bilirəm” deməkdir) kimi adlandırırırlar. NOW-HOW –nun əsas əlamətlərinə aiddir:

- elmi-texniki və iqtisadi-kommersiya əhəmiyyətliyi;
- praktiki tətbiqi;
- qismən və ya tam konfidensial (məxfi) olması;
- patentlə mühafizə olunmaması;
- NOW-HOW-nun sahibi tərəfindən onun rəqabət edənlərdən sirli saxlanması üçün tədbirlərin görülməsi.

NOW-HOW beynəlxalq ticarət sövdələşmələrində alqı-satqı obyektini kimi çıxış edir.

3.İntellektual mülkiyyətin nəticələri olmayan, firmaların sənaye mülkiyyəti anlayışına aid edilən, patentlə və ya hər hansı şəhadətnamə ilə qorunan, müqavilə əsasında ötürülə bilən xüsusi mülkiyyətin fərdiləşdirilməsi vasitələri. Bunlara əmtəə markaları, firma adları, xidmət işarələri, əmtəənin mənşəyini bildirən yer və göstəricilər və s. aiddir.

4.Patentlə qorunan intellektual mülkiyyət obyektləri. Bunlara: elmi-texniki biliklər, EHN-in proqramları, baza verilənləri, inteqral mikrosxem texnologiyaları və s. aiddir.

Texnologiyaların beynəlxalq ötürülməsinin əsas forma və vasitələrinə aşağıdakılar aiddir:

1. Ticarət lisenziyaları – sərbəst lisenziya müqaviləsi və ya sövdələşməsi əsasında hər hansı bir hüququn verilməsini (ötürülməsini) nəzərdə tutur. Texnologiyaların ötürülməsinin əsas forması kimi çıxış edən lisenziya ticarəti hal-hazırda geniş yayılmışdır. **Lisenziya** - latın sözü olub “hər hansı fəaliyyəti həyata keçirmək” üçün icazə deməkdir. Lisenziya ticarətində lisenziya predmetləri kimi patentləşdirilmiş ixtiralar, sənaye nümunələri, əmtəə nişanları və s. çıxış edə bilər.

2. Yeni texniki nümunələrin alışı. Belə növ alışlar xarici nümunələrin sınağı, onların ölkədaxili nümunələr ilə müqayisəsi – uyğunlaşdırılması və bu milli nümunələrin xarici nümunə səviyyəsinə çatdırılması üçün həyata keçirilir. Rəsmi icazə olmadan xarici nümunələrin çoxaldılması patent hüquqlarının pozulması kimi qəbul edilir.

3. Mühəndis-texniki xidmətlərin ticarəti – injiniring xidmətləri (engineering). İnjiniring xidmətləri mühəndis-texniki fəaliyyətin müxtəlif növlərini və geniş dairəsini əhatə etməklə, xarici investisiyaların səmərəliliyinin artırılmasına, müxtəlif məqsədli layihələrin reallaşdırılması üzrə xərclərin minimallaşdırılmasına istiqamətlənir. O, özündə alıcının yeni texnikanın əldə edilməsi, sazlanması, mənimsənilməsi və istismarı zamanı müxtəlif növ xidmətləri birləşdirir. İnjiniring xidmətləri çərçivəsində, hər şeydən əvvəl, yeni istehsalın hazırlanması üzrə xidmətlər həyata keçirilir. Onların sırasına layihənin texniki-iqtisadi əsaslandırılması, baş planların və çertyojların işlənməsi, idarəetmə, tikintiyə nəzarət, təhvil-təslim işləri və s. aiddir. Bura həmçinin istehsal prosesinin təşkili və müəssisənin istehsal prosesinin təşkili və müəssisənin idarə edilməsi üzrə xidmətlər daxildir.

4.Yeni texnikanın idxal-ixracı. Texnologiyaların ötürülməsinin bu forması həm kompleks avadanlıqları, həm də müəyyən hissələri, NOW-HOW və s.-ni əhatə edə bilər.

5.“Açar altında” tipli zavodların, obyektlərin tikintisi – “Açar altında” kontraktlar (turnkey projects). Belə növ kontraktlar texnologiyaların beynəlxalq ötürülməsinin bir forması olmaqla, obyektin tikintisindən başlayaraq, onun tam istismara verilməsinə qədər olan bütün işlərin görülməsi haqqında razılaşmadır. Belə layihələri, adətən, sənaye avadanlıqlarını hazırlayan və tikən iri firmalar həyata keçirir. Texnologiyaların beynəlxalq ötürülməsinin bu forması zamanı sifarişçi yeni texnikanın mənimsənilməsi ilə bağlı heç bir çətinlik olmadan obyektin istismara tam hazır şəkildə əldə edir. Obyektin tikintisi və istismarına görə bütün məsuliyyət bir hüquqi şəxsin üzərinə düşür. Bu səbəbdən də belə obyektlər çox vaxt tez işə salınır və qısamüddətdə rəqabətqabiliyyətli məhsulun buraxılışını təmin edir. Sifarişçi üçün praktiki olaraq yeganə problem obyektin böyük dəyərə malik olmasıdır. “Açar altında” olan obyektlərin tikintisi, bir qayda olaraq, öz gücü ilə tikilən oxşar obyektlərlə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə baha olur.

6.Françayzing – ticarət markasının ötürülməsini özündə əks etdirən kontraktdır. Satıcı alıcıya təkə ticarət markasının istifadə hüququnu vermir, ona həmçinin biznesin həyata keçirilməsində kömək göstərir. Bu kömək texniki xidmətin göstərilməsi, kadrların hazırlanması və onların ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi, müəyyən ödənişlə müəssisənin idarə olunması və s. ibarətdir. Beləliklə, françayzing lisenziyalaşdırmanın xüsusi forması olmaqla, sərbəst hüquqi şəxslərin arasındakı sıx əməkdaşlığa əsaslanır. Bu əməkdaşlıq satıcının qabaqcıl texnologiyasının istifadə imkanlarını, həmçinin alıcı tərəfindən satıcının əmtəə nişanından istifadə etməklə, əvəzində satıcıya onun əmtəəsini alıcının ölkəsində reallaşdırılması üzrə

xidmətləri və lazımi texniki köməyi nəzərdə tutur. Françayzing müqaviləsi üzrə satıcı alıcıya öz firmasının və ya əmtəə nişanının adından istifadə hüququnu verməklə, eyni zamanda alıcıdan öz fəaliyyətini françayzerin (satıcının) konsepsiyasına uyğun həyata keçirməsi üçün öhdəlik götürməsinə də tələb edir.

7.İdarəetmə kontraktları (management contracts) – texnologiyaların beynəlxalq ötürülməsinin xüsusi forması olmaqla, mahiyyəti onunla bağlıdır ki, bir ölkənin firması öz menecerlərini müəyyən müddətə və müəyyən ödənişlə idarəetmə funksiyalarını yerinə yetirmək üçün xarici firmalara göndərir.

Belə kontraktların bağlanmasına ehtiyac beynəlxalq biznesdə yaranan bir sıra vəziyyətlərlə bağlı meydana çıxmışdır. Belə ki, bu cür zərurət, hər şeydən əvvəl, fəaliyyətdə olan müəssisənin işinin səmərəliliyinin əsaslı sürətdə artırılması, məcburi tələblə və yerli orqanların bu məsələni həll etmək imkanında olmaması ilə əlaqədardır. Təcrübələr göstərir ki, xarici menecer və mütəxəssislər tez və qısa müddətdə lazımi kömək göstərmək və arzuolunan nəticələri əldə etmək iqtidarında olurlar. Daha sonra, idarəetmə kontraktlarının bağlanması bəzən birbaşa investisiyaların (istehsal xarakterli texnologiyaların tətbiqi) ilə əlaqədardır. Əgər xaricdə yeni sənaye obyektini yaradılsa və ya mövcud müəssisə yenidən qurulursa, onda yeni avadanlığı göndərən firmadan eyni zamanda idarəetmə xidmətlərinin göstərilməsi də tələb olunur. Ən nəhayət, belə kontraktlar bəzən də xarici investisiyaların milliləşdirilməsi zamanı da bağlanır. Belə ki, bu halda müəssisənin əvvəlki sahibinə yerli mütəxəssislərin və işçilərin işi öyrənənə qədər müəssisənin idarə edilməsini təklif edirlər. İdarəetmə kontraktlarının müddəti adətən 3-5 il arasında olur, xarici menecerlərin ödənişi ya qeyd edilmiş məbləğlə, ya da istehsalın həcmindən asılı olaraq müəyyən edilir.

8. Lizinq xidmətləri də texnologiya, maşın və avadanlıqların ötürülməsi forması kimi çıxış edərək onların uzunmüddətli icarəsini, daha sonra isə tam istifadəsini nəzərdə tutur.

9. Müxtəlif xarakterli istehsal kooperasiyası - müəyyən növ məhsul istehsal etmək üçün ixtisaslaşmış firmaların birgə fəaliyyətilə bağlıdır. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası hal-hazırda geniş yayılmışdır.

10. Yeni texnologiyanın istifadəsi əsasında birgə müəssisələrin yaradılması.

11. Konsaltinq xidmətləri – konsaltinq firmaları tərəfindən texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsi zamanı istənilən istehlakçıya geniş spektrli müxtəlif məsləhət xidmətlərinin göstərilməsidir.

Texnologiyaların beynəlxalq ötürülməsi prosesləri, bir qayda olaraq, aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

1. Texnologiyanın seçilməsi və əldə edilməsi.

2. Əldə edilmiş texnika və texnologiyanın mənimsənilməsi və uyğunlaşdırılması.

3. Texnologiyanın təkmilləşdirilməsi, onun “xarici” elm və texnika sahələrində istifadəsi. Dünya texnologiyalar bazarı vasitəsilə texnologiyaların transfer (ötürülmə) kanallarına:

- xarici ticarət məqsədli texnologiyanın maşın və avadanlıqlarla ötürülməsi;

- firma daxili ötürmə, yəni xərclərin azaldılması, texnologiya üzərində inhisarçılıq qorumaq, baş kompaniyanın daha çox mənfəət əldə etməsi məqsədilə TMK-ların yeni texnologiyanı öz filial və törəmə müəssisələrinə ötürməsi;

- firmalar arasındakı ötürülmə, yəni lisenziya, kooperasiya əsasında texnologiyaların xarici firmalara ötürülməsi aiddir.

7.4. Dünya texnologiya bazarlarının, elmi-texniki – texnoloji mübadilənin müasir inkişaf meylləri və xarakterik xüsusiyyətləri

Müasir dövrdə texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Belə xarakterik xüsusiyyətlərə aşağıdakıları aid etmək olar:

1. Elmi-texniki biliklərin, texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsi dinamik proses olmaqla, obyektiv xarakterə malikdir və bu proses ənənəvi əmtəə və material obyektlərinin ticarətinə nisbətən daha sürətlə inkişaf edir. Elmi-texniki biliklərin ticarətindən dünya üzrə valyuta daxil olmalarının artması, XX əsrin ortalarından baş verən intensiv ETT, elm və texnikanın müxtəlif sahələrində ixtisaslaşma və kooperasiya, həmçinin elmi-texniki və istehsal proseslərinin kompleks qərarları və miqyası ilə sıx bağlıdır. Müasir dövrdə elm və texnikanın qarşısında duran iri miqyaslı və kompleks məsələlər iri firmaları qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaqda öz güclərini və səylərini birləşdirməyə sövq edir. Bununla əlaqədar, elmi-texniki biliklərin və işləmələrin nəticələrinin beynəlxalq mübadiləsinin inkişafı obyektiv olaraq zərurətə çevrilmişdir. Bu obyektivlik yeni dünya elmi-texniki nailiyyətlərinin istehsalda cəmiyyətin xeyrinə geniş tətbiqinə imkan yaratmışdır. Bütün bu proseslər dünya texnologiyalar bazarının inkişafına böyük təkan vermişdir.

2. Hal-hazırda dünyada texnoloji biliklərin və onların mübadiləsinin inhisarlaşması prosesi baş verməkdədir. Bu proses aşağıdakı istiqamətlərdə reallaşır:

- texnoloji biliklərin və onların mübadiləsinin sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə cəmlənməsi (texnologiyaların ixracının təxminən 93%-i, idxalın isə 90%-i bu ölkələrin payına düşür);
- elmi-texniki biliklər və onların mübadiləsi böyük üstünlüklə

iri kompaniyalarda cəmlənmişdir. Çünki ETTKİ-lərə sərf olunan böyük xərclərin həyata keçirilməsi yalnız belə iri kompaniyaların imkanları daxilindədir. Belə iri kompaniyalar içərisində TMK xüsusi yer tutur (məsələn: “Ceneral motors”, “Ford motor”, İBM, “Boinq”, “Kseroks” və s.). Müasir dövrün əsas xarakterik xüsusiyyətlərindən biri də odur ki, TMK daha aktiv surətdə ETTKİ-yə öz filial və xarici müəssisələrini, elmi mərkəz və laboratoriyalarını cəlb edirlər.

- elmi-texniki biliklərin və onların mübadiləsinin getdikcə daha çox elmtutumlu istehsal sahələrində cəmlənməsi, yığılması (avia-kosmos, elektronika, avtomatlaşdırma, kimya, neft kimyası və s.).

3. Texnoloji mübadilə sahəsində TMK-lar tərəfindən məqsəd-yönlü siyasətin həyata keçirilməsi. TMK-nın məqsədli texniki siyasətinin formalaşmasına təsir edən obyektiv faktorlardan: kompaniyanın maliyyə-sənaye gücünü, onların istehsalçılarının elm tutumlu səviyyəsini, ötürülən texnologiyanın xarakterini və s. göstərmək olar. TMK-nın qeyd edilən siyasəti əsasən iki istiqamətə malikdir:

- öz patent hüquqlarından istifadə etməklə, onların yaxın firmalarının yerləşdiyi ölkələrdə qabaqcıl texnologiyanın patentləşdirilməsi. Bu imkan TMK-ya istehsalı inhisarlaşdırmağa, rəqabəti aradan qaldırmağa və istehsal olunan məhsulun qiymətini qaldırmağa imkan verir.

- TMK-nın ana – baş kompaniyası tərəfindən lisenziyanın korporasiyadaxili lisenziya ticarəti kanalları vasitəsilə xaricdəki firmalarına, filiallarına və törəmə müəssisələrinə satılması. TMK-nın lisenziya ticarətinin əsas məqsədi özünün firmalarını xarici bazarlarda mövqeyini möhkəmlətmək və genişləndirmək, rəqabətqabiliyyətli, məhsul istehsal etmək və belə məhsullardan daha yüksək mənfəətin əldə edilməsi üçün onlara qabaqcıl texnologiyanı ötürməkdir.

4. Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsində xırda, orta firmaların aktiv iştirakı. Əvvəldə qeyd edildiyi kimi, belə firmalar

“**vencur**” və ya “**riskli**” firmalar adlanır və onlar dar və konkret istiqamətdə ixtisaslaşırlar. Onlar öz kəşflərini lisenziya, patent və s. sənədlər şəklində digər böyük firmalara satırlar. Dar ixtisalaşma vencur firmalara bir sıra üstünlüklər verir. Onlar iri firmalardan fərqli olaraq, eyni cinsli məhsul istehsal etməklə bazarın öyrənilməsinə, reklama və s. əlavə xərclər sərf etməirlər və daha çox bilavasitə qarşıda duran konkret elmi-texniki məsələnin həllinə diqqət yetirirlər.

5. Beynəlxalq elmi-texniki mübadilə sahəsində qarşıdurmaların güclənməsi ənənəsinin mövcudluğu. Bu qarşıdurma dünya texnologiyalar bazarında TMK-lar arasında rəqabət mübarizəsini kəskinləşdirir. Hal-hazırda əsas rəqabət və qarşıdurma dünyanın üç əsas mərkəzində ABŞ, Qərbi Avropa və Yaponiyada baş verir.

6. TMK-lar tərəfindən İEOÖ-də həyata keçirdikləri siyasət və bu ölkələrin yeni iqtisadi asılılıq formalarının yaradılmasına onların səy göstərmələri. Belə ki, TMK-lar BƏB-in elə strukturunu yaratmağa çalışırlar ki, bu zaman İEOÖ-lər ən müasir texnologiyaları deyil, artıq bir qədər köhnəlmiş, öz dövrünü yaşamış texnologiyaların əsas alıcıları rolunda çıxış etsinlər. TMK-lar belə ölkələrdə kifayət qədər texnologiyalar barəsində lazımi informasiyanın olmamasından istifadə edərək köhnəlmiş texnologiyaların qiymətlərini şüurlu surətdə qaldırmaqla böyük mənfəət əldə etməyə çalışırlar.

7. Qeyd edilən bu problemlə bağlı, İEOÖ-nün texnologiyaların ötürülməsində müəyyən qaydaların əldə edilməsi uğrunda mübarizəsi. İEOÖ-lər qabaqcıl və ən müasir texnologiyaların alınmasında öz maraqlarını əks etdirmək üçün səy göstərirlər. Bununla əlaqədar, hələ 1978-ci ildə UNCTAD tərəfindən texnologiyaların ötürülməsi sahəsində beynəlxalq layihənin kodeksi işlənmişdir. Onun əsas məqsədi—İEOÖ-nün inkişaf etmiş ölkələrin qabaqcıl texnologiyalarına bərabərhüquqlu buraxılış imkanlarının təmin edilməsidir.

İEOÖ-yə kömək məqsədilə texnologiyaların mübadiləsi bazarlarında TMK-lar tərəfindən tətbiq edilən belə məhdudiyyətləri tənzimləmək məqsədilə BMT-nin işlədiyi bu kodeks özündə aşağıdakı bölmələri birləşdirir:

- texnoloji yeniliyin müəyyən edilməsi və tətbiqi sferası;
- texnologiyaların ötürülməsi üzrə sövdələşmələrin milli səviyyədə tənzimlənməsi;
- tərəflərin məsuliyyət və öhdəlikləri;
- texnologiyaların verilməsinin məqsəd və prinsipləri;
- İEOÖ-lər üçün xüsusi tənzimləmə sistemi;
- beynəlxalq əməkdaşlıq;
- mübahisələrin həll edilməsi və tətbiq edilən beynəlxalq hüquq normaları;
- beynəlxalq institusional mexanizm;
- sair şərtlər.

Ancaq bu kodeks hələ də lazımi səviyyədə təsdiq olunmayıb.

Müasir dövdrə elmi-texniki biliklərin mübadiləsinin çox geniş yayılmasının və həcmnin artmasının bir çox səbəbləri vardır. Belə mübadilənin əsas səbəblərindən biri də budur ki, iqtisadi, maliyyə, siyasi və s. cəhətdən dünya ölkələri qeyri-bərabər səviyyədə inkişaf edir və buna görə də bu ölkələrdə elmi-texniki bilikləri və nailiyyətlərin səviyyəsi də çox müxtəlifdir. Əvvəldə qeyd edildiyi kimi, digər səbəb odur ki, elmi-texniki nailiyyətlərin inkişafı iri firmalar, TMK-lar tərəfindən inhisarlaşdırılmışdır. Çünki, çox bahalı elmi-tədqiqat və layihə-texniki işlərin uzun müddətdə həyata keçirilməsi yalnız bu cür iri maliyyə imkanları olan firmaların imkanları daxilindədir. Bu proseslərin inkişafına həmçinin, beynəlxalq rəqabət də böyük təsir göstərir.

Texnologiyaların ötürülməsi proseslərində məhdud rəqabət dünya səviyyəsində, beynəlxalq təcrübədə normal, işgüzar

münasibətlər kimi qəbul edilir. Bu isə lazımı qanunauyğunluq çərçivəsində patent sahiblərinin elmi-texnoloji kəşflərə və biliklərə olan məsuliyyət – inhisar hüququndan irəli gəlir. TMK-lar tərəfindən dünya texnologiyalar bazarında elmi-texniki biliklərin ötürülməsi sahəsində istifadə etdikləri məhdud işgüzar rəqabət praktikasının metod və vasitələri aşağıdakılardır:

- texniki yeniliklərin genişləndirilməsinin şüurlu sürətdə məhdudlaşdırılması iri kompaniyalar tərəfindən yaradılan patent fondu bu metod vasitəsilə rəqabət edənləri və elmi-texniki işlərin bütün istiqamətlərini süni sürətdə “bağlamaq-qapamaq” imkanına malik ola bilirlər.

- lisenziyanın (lisenziyanı alanın) rəqabətçi kimi həyata keçirdiyi məhdud əməliyyatlar. Bu zaman elmi-texniki nailiyyətlərin lisenziyalarını alıcılara uyğun lisenziyanı satanlar (lisenziyar) tərəfindən (əksər hallarda TMK-lar tərəfindən) bu istiqamətdə bir çox məhdudiyyətlər: texnologiyanın lisenziya müddəti qurtardıqdan sonra istifadəsi, sərbəst texniki siyasətin qadağan edilməsi, öz qüvvəsini itirmiş qeyd edilən və ya edilməyən patentlərin istifadəsinə görə məcburi ödənişlər və s. tətbiq olunur.

- xalis patent bazası əsasında iri inhisar birliklərinin yaradılması. Onlar elmi-texniki əməkdaşlığı həyata keçirən və asılı patentləri olan firmalar tərəfindən yaradılır;

- firmaların öz patentləri üzrə vahid blokadada birləşməsi. Nəticədə, bütöv bir sənaye sahələri kənar-xarici rəqabətdən qorunmaqla, belə blokun üzvləri bazarların bölünməsində, qiymətlərin tətbiqində geniş sərbəstlik qazanırlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, dünya texnologiyalar bazarında texnologiyaların ötürülməsində maneələr kapital və əmtəə bazarlarına nisbətən daha aşağıdır. Texnologiyanın xaricdə reallaşdırılması əlavə olaraq xammal, avadanlıq, yarımfabrikatlar və s.-nin tez-

tez göndərilməsinə şərait yaradır. Bu səbəbdən də texnologiyanın satıcısı ixrac üçün öz məhsulunun buraxılışını artırmaq imkanına malik olur. Satıcı firmanın yeni texnologiya ilə əldə etdiyi bu effekt – **eskort effekti** (escort effect) adlanır.

Beləliklə, bütün qeyd edilən problemlərə, məhdudiyyətlərə və s. baxmayaraq dünya texnologiyalar bazarı, elmi-texniki biliklərin beynəlxalq mübadiləsi çox intensiv formada inkişaf edir. Çünki, bəşəriyyətin gələcəyi və inkişafı qlobal problemlərin həlli bu faktordan çox asılıdır.

VIII FƏSİL. LİSENZİYALARIN BEYNƏLXALQ MÜBADİLƏSİ VƏ ONUN TƏŞKİLİ

8.1. Lisenziya ticarətinin əsasları, patent və lisenziya mexanizmi

Elmi-texniki biliklərin beynəlxalq ticarəti və texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsi bir çox forma və metodlarla həyata keçirilir. Belə əməliyyatlar beynəlxalq kommersiya fəaliyyətində özünəməxsusluğu ilə seçilir və onların əsas mübadilə predmeti olan elmi-tədqiqat, istehsal-texniki işləmələr və məhsullar nəinki elmi, həmçinin kommersiya dəyərinə malikdirlər. Qeyd edilən işləmələr və məhsullar intellektual əməyin nəticəsi olmaqla, müxtəlif formalarda: patent, lisenziya, əmtəə nişanları, sənaye nümunələri, NOW-HOW və s. formalarda beynəlxalq mübadilədə iştirak edirlər. İntellektual əməyin nəticələrinin beynəlxalq mübadiləsi ya tam şəkildə alqı-satqı münasibətlərinə, ya da beynəlxalq lisenziya razılaşmaları ilə onların müvəqqəti istifadə hüquqlarının əldə edilməsi və digər texniki xidmətlərin göstərilməsinə əsaslanır.

Elmi-texniki biliklərin və texnologiyaların beynəlxalq ötürülməsinin daha geniş yayılmış forması **lisenziya ticarəti** adlanır. **Lisenziya ticarəti** və **lisenziyalar** üzrə intellektual-sənaye mülkiyyət obyektləri: patentlər, səmərəli-faydalı modellər, sənaye nümunələri, əmtəə və xidmət nişanları və ya markaları mübadilə olunur, həmçinin texniki xidmət, injiniring tipli xidmətlər göstərilir. NOW-HOW, kompyuter proqramlarının və digər proqram məhsullarının verilməsi həyata keçirilir. Bütün bu növ əməliyyatlar onların kommersiya dəyəri əsasında həyata keçirilir.

Lisenziyalar ticarət kəşflər, ixtiralar, NOW-HOW, səmərəli modellər, sənaye nümunələri və digər elmi-texniki nailiyyətlərdən bir və ya bir neçə ölkə ərazisində istifadə edilməsi üçün elmi-texniki

biliklərin tələb olunan həcmnin və hüququnun verilməsinin təmin edir.

Lisenziya fəaliyyətinin əsas anlayışları aşağıdakılardır:

Lisenziar (ingiliscə: **lisenser**) – ixtira, patent, texnoloji bilik və s.-nin mülkiyyətçisi olan və müəyyən hədlər çərçivəsində öz hüquqlarından istifadə məqsədilə özünün kontragentinə (lisenziatına) lisenziyanı verən hüququ şəxsdir.

Lisenziat (ingiliscə: **lisensee**) – ixtira, patent, istehsal və kommersiya biliklərinin mülkiyyətçisindən, onların müəyyən şərtlərlə istifadə hüququnu bildirən, lisenziyanı əldə edən hüquqi şəxsdir.

Lisenziya – müəyyən şərtlərlə lisenziarın ona məxsus sənaye mülkiyyəti hüququndan (ixtira, sənaye nümunəsi, əmtəə nişanı, NOW-HOW və s. olan hüququndan) istifadə üçün digər şəxsə (lisenziata) verilən icazədir. Bu şərtlər (məsələn: lisenziyanın müddəti, həcmi, mükafatlar və s.) onlar (lisenziar və lisenziat) arasında bağlanan lisenziya razılaşmalarının məzmununu təşkil edir.

Texnologiyalardan, elmi-texniki biliklərdən istifadə hüququnun həcm və xarakterindən asılı olaraq lisenziyanın üç növünü fərqləndirirlər.

Sadə lisenziya – (və ya istisna olmayan lisenziya) lisenziara lisenziyadan sərbəst istifadə və analoji lisenziyanın istənilən maraqlı şəxslərə təqdim edilməsi hüququnu verir. Daha doğrusu, sadə lisenziyanın satışı zamanı lisenziar lisenziata müəyyən şərtlər daxilində istehsal sirlərindən və ixtiradan (lisenziya predmetindən) istifadə etməyə icazə verməklə yanaşı, ondan özünün sərbəst istifadə etmək, həmçinin lisenziyanı digər şəxsə və ya firmaya satmaq hüququnu saxlayır.

İstisna lisenziya və ya xüsusi lisenziya - lisenziarın lisenziyadan sərbəst istifadə və onun digər şəxsə satılması hüququndan imtina etməsi şərtində, lisenziatın verilən ərazidə ixtiradan və ya istehsal

sirlərindən istifadəyə olan tam inhisar hüququnu nəzərdə tutur. Başqa sözlə, xüsusi lisenziyanın satışı zamanı lisenziar, lisenziata müəyyən şərtlər daxilində və müəyyən coğrafi ərazidə ixtiradan texnoloji sirlərdən tam – inhisar formada istifadə etməyə icazə verir. Bu halda lisenziar həmin ərazidə və razılaşdırılmış müddətdə həmin lisenziyanı başqasına sata bilməz. Ancaq eyni zamanda bu növ lisenziya lisenziarla razılaşdırılmış ərazidən kənarında daha yaxşı şərtlərlə ixtirarı və ya istehsal sirrini başqalarına satmaq və ya ondan istifadə etmək hüququnu özündə saxlamağa imkan verir. Əgər lisenziar belə növ lisenziyalarda lisenziatın fəaliyyətini və hüquqlarını məhdudlaşdıran şərtlər irəli sürərsə, onda belə lisenziya beynəlxalq kommersiona təcrübəsində **məhdud xüsusi lisenziya** adlanır. Bu növ məhdudiyyətlərə aiddir: lisenziya məhsulunun miqdarının və satışının məhdudlaşdırılması, onun ixracının qadağan edilməsi və ya məhdud ərazidə istifadəsi, patent dövrü ilə müqayisədə lisenziyadan istifadə müddətinin azaldılması və s.

Tam lisenziya – lisenziya razılaşmasının fəaliyyət dövrü ərzində lisenziatın lisenziyadan istifadəyə olan istisna – tam hüququnu bildirir. Yəni, belə lisenziyanın satışı zamanı, razılaşdırılan dövrdə lisenziar ixtiradan istifadə və yaxud onu başqasına satmaq hüququndan tam məhrum olur. Lisenziyanın bu formada satışı patentin satılmasına uyğundur. Ancaq belə növ lisenziya patentin tam satılmasından onunla fərqlənir ki, lisenziar razılaşdırılan müddət bitdikdən sonra patentin mülkiyyət hüququnu özündə saxlayır.

Lisenziya obyekti kimi istənilən konstruktiv, texnoloji xarakterli işləmələr, maddələr, onların tərkibləri, müalicə üsulları, faydalı qazıntıların axtarılması və çıxarılması üsulları, hesablama metodları, müxtəlif kompyuter proqramları, EHM-in riyazi-proqram təminatı, idarə, maliyyə təşkilatı xarakterli kəşf, ixtira və s. məzmunlu (və ya ixtira olmayan) istənilən elmi, iqtisadi-kommersiona dəyərli obyekt-

lər, həmçinin əmtəə nişanları, markaları və sənaye nümunələri çıxış edə bilər.

Lisenziya ticarəti (ingiliscə: license trade) kəşflərə olan patent və lisenziyaların, NOW-HOW daxil olmaqla, texnologiyaların beynəlxalq ticarətinin bir formasıdır.

Lisenziya ticarətinin predmetini – texnoloji təcrübə, kəşf, sənaye sirləri, əmtəə nişanları və s. istifadəyə olan lisenziyalar təşkil edir. NOW-HOW lisenziya ticarətinin predmetlərindən biri kimi çıxış edir. NOW-HOW – patentlə müdafiə olunmayan, istehsal və peşəkar təcrübədə tətbiq olunan, müəyyən kommersiya dəyəri olan texniki, maliyyə, idarə və s. xarakterli bilik, praktiki təcrübə və istehsal sirləridir. NOW-HOW özündə texniki sənədləri (çertyojlar, layihələr, sxemlər, metodlar, göstərişlər və s.), məmulatların nümunələrini, kommersiya xarakterli məmulatları, istehsalın təşkili, heyətin hazırlanması, istehsalda informasiyanın istifadəsi və s. məlumatları birləşdirir.

Kommersiya əsasında NOW-HOW-nun mübadiləsi, yayılması, hər şeydən əvvəl, idxalçıya nəinki uyğun sənədlərin verilməsini və həmçinin heyətin hazırlanması, istehsalın təşkili və digər texniki, sair xarakterli köməyin təqdim edilməsini nəzərdə tutan lisenziya razılaşmalarının bağlanması ilə həyata keçirilir.

Müasir dövrdə dünya ölkələrində, xüsusilə İEÖ-də bütün kəşflər, ixtiralar və yeni əmtəələr patentləşdirilir. **Patent lisenziyası**, yəni patenti istifadəyə olan hüququn ötürülməsinə olan icazə lisenziya ticarətində geniş yayılmışdır. Bununla əlaqədar olaraq, elmi-texniki biliklərin ticarəti üzrə beynəlxalq əməliyyatlar hüquqi əsasından və predmetindən asılı olaraq iki növə ayrılır:

1. Patentlərin ticarəti üzrə əməliyyatlar;
2. Texniki xidmətlərin ticarəti üzrə əməliyyatlar.

Patent və lisenziyaların beynəlxalq ticarəti əməliyyatları –

ixtiraların, qabaqcıl istehsal texnologiyalarının, elmi-texniki biliklərin və təcrübənin reallaşdırılması, ötürülməsi əməliyyatlarıdır. Bu növ əməliyyatların əsasını patent qanunvericiliyinin köməyi ilə ixtiraların və s.- in qorunması təşkil edir. Bu da öz növbəsində patent mülkiyyətçisinə ondan istifadəyə görə inhisar hüququ verir. Milli patent qanunvericiliyinin bu cür inhisar hüququ həmçinin, digər sənaye mülkiyyətçilərinə də (əmtəə nişanları, sənaye nümunələri, faydalı modellər, xüsusi firma adları və s.) verilir.

İxtiraya olan patent və ya sadəcə patent – kompetent dövlət orqanı tərəfindən ixtiraçıya verilən və onun bu ixtiranın (kəşfin) istifadəsinə olan inhisar hüququnu bildirən şəhadətnamədir. Patentın olması o deməkdir ki, yalnız kəşfin sahibi öz ixtirasından istədiyi qərarla (özünün şəxsi və ya birgə müəssisəsində) istifadə edə bilər və yaxud da onu lisenziya ilə sata bilər. Bundan başqa patent sahibi patenti pozan üçüncü şəxsin qeyri-hüquqi fəaliyyətini qadağan edə bilər. Əgər patentin obyektini hər hansı bir məmulatdırsa, onda üçüncü şəxsə onu: hazırlamaq, satışı təklif etmək, tətbiq etmək, dövriyyəyə buraxmaq qadağan edilir. Əgər patentin obyektini hər hansı bir üsuldursa, onda üçüncü şəxsə onun: bu üsulu onun özü tərəfindən qəbuluna, onun istifadəsi üzrə təklifə, bilavasitə bu üsulla hazırlanan məhsulun satışına, tətbiqinə, idxalına, dövriyyəyə buraxılmasına qadağan tətbiq edilir.

Patent müdafiəsi ilə yalnız istehsalda tətbiq edilə bilən və yeni, keyfiyyətli texniki nəticəni əldə etməyə imkan verə bilən, prinsipial olaraq yeni texniki kəşf istifadə edilir. Müxtəlif növ təkmilləşdirmə və yaxşılaşdırmalar, həmçinin texniki bilik və təcrübələr patentlə müdafiə olunmur, onların üzərində nəzarət sirr olaraq saxlanılır. Patentın olması rəqabət edən tərəflərin patentləşdirilmiş yeniliyə olan sərbəst istifadələrinin qarşısını alır.

Müasir dövrdə bütün ixtiralar, bazara buraxılan yeni məhsullar

praktiki olaraq patentləşdirilir. Patentin müddəti hər bir ölkənin qanunvericiliyi ilə müəyyən olunur və adətən, orta hesabla 15-20 il müddətilə məhdudlaşdırılır. Ancaq patentin real müddəti müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq (çox sürətli ETT ilə bağlı) əhəmiyyətli dərəcədə aşağıdır (6-10 il). Qanunvericiliklə patentin qorunması müntəzəm olaraq kifayət qədər yüksək patent rüsumlarının ödənilməsini tələb edir. Ona görə də patent sahibi əksər hallarda ixtiradan kommersiya məqsədilə istifadə edə bilən tərəfə onu satmaq məcburiyyətində olur.

Patent qanunvericiliyinə əsasən, patent yalnız onun verildiyi ölkənin ərazilərində fəaliyyət göstərir. Bununla əlaqədar olaraq, ixtiranın başqa ölkələr ərazisində patent müdafiəsinin təmini üçün həmin ixtirani bu ölkələrdə də patentləşdirmək lazımdır. Bu da öz növbəsində xarici patentləşdirmənin sürətlə inkişafına təkan vermişdir. Xaricdə patent müdafiəsi onun sahibinə bir çox əlavə imkanlar açır: patentləşdirilən ölkənin bazarında öz məhsulunun ixracını artırır, digər firmaların bu patenti istifadəsinə şərait yaradır, daxili bazara nisbətən ixrac zamanı daha yüksək qiymətlər təyin olunur və nəticədə əlavə mənfəət əldə olunur və s. Bundan başqa, patent onun sahibini nəinki yerli, həm də xarici rəqabətdən qoruyur.

Patent razılaşması əsasında **patentin satılması** o deməkdir ki, patent sahibi öz ixtirasını müəyyən mükafat əsasında digər şəxsə satır, daha doğrusu patenti istifadə hüququnu ona verir. Bu halda patent əmtəə kimi satılır. Patent satışına, adətən, daha çox, ayrı-ayrı ixtiraçılar, patenti olan kiçik və orta firmalar meyillidirlər. Çünki onların bu patentin tətbiqinə kifayət qədər maliyyə imkanları olmur və onları da çox patentin tətbiqi ilə bağlı böyük həcmdə xərcləri həyata keçirə bilən iri firmalar əldə edir.

Əgər patent sahibi öz ixtirasına olan hüququnu saxlamaqla və yalnız müəyyən dövrdə, müəyyən edilmiş mükafatla öz ixtirasından

istifadəyə icazə verirsə, onda lisenziya razılaşması əsasında ixtiranın istifadəsinə olan lisenziyanın alqı-satqısından söhbət gedir. Məhsulun satışı üçün patent müdafiəsinin əhəmiyyəti patentin aşağıdakıları təmin etməsinə imkan yaratması ilə bağlıdır:

- 1) Rəqabət mübarizəsində seçim vasitələrini genişləndirir;
- 2) Bazardan rəqabət edən tərəfi çıxardır və yaxud onu zəiflədir;
- 3) Məhsuldan kommersiya məqsədilə istifadəsinə istisna hüququ verir.;
- 4) Məhsulun satışı zamanı onun patentinə istinad olunması, həmin məhsula tələbi artırır;
- 5) Lisenziyanın verilməsi bazarın əldə edilməsinə imkan yaradır və s.

İEÖ-də patent sisteminin bir sıra özünəməxsus prinsip və qaydaları mövcuddur. Belə ki, bu ölkələrdə patent qanunvericiliyi yalnız müəyyən tələblərə cavab verə bilən patentləşdirilmiş ixtiraları müdafiə edir:

- **ixtiraya olan hüquq** - ixtiraçı patentin yalnız fəaliyyət müddəti dövründə bu ixtiradan istifadənin inhisar hüququna malikdir. Bu müddət bitdikdən sonra ixtira bütün cəmiyyətin sərəncamına keçir. Patent müdafiəsi bu halda ixtiraçının və ya patent sahibinin bu patentdən digərinin istifadəsini qadağan etməsi və həmçinin öz patent hüquqlarını pozan tərəfi məsuliyyətə cəlb etməsilə bağlıdır.

- **ixtiranın patent qabiliyyətliliyi** – aşağıdakı bir sıra kompleks tələblərin ödənilməsinə tələb edir ki, bu şərtlər ödənilməsə patent verilmir:

a) **qarşıya qoyulan məsələnin texniki həlli** – bu həll yeni və mövcud maşın və avadanlığın, texnoloji proseslərin yaradılması ilə bağlıdır.

b) **ixtiranın yeniliyi** – texniki qərar o halda kəşf – ixtira kimi tanınır ki, o dünyanın bütün ölkələrində məlum olmasın.

c) **ixtiraçılıq səviyyəsi** – bu o deməkdir ki, kəşf və ya ixtira adı mühəndis qərarlarının səviyyəsini ötməlidir.

d) **praktiki tətbiqi** – ixtiranın sənayedə istifadəsini nəzərdə tutur.

e) **patent hüququnun ərazi məhdudluğu**, yəni patent onun verildiyi ölkədə fəaliyyət göstərir. Ancaq hal-hazırda patentin eyni zamanda bir neçə ölkədə istifadəsinə icazə verən bir sıra beynəlxalq razılaşmalar mövcuddur (məsələn: AB ölkələrində tətbiq olunan “avropa patentləri”).

f) **patentin saxlanması və verilməsinə görə rüsumların ödənişi** – bu ödənişlər çox yüksək olduğu üçün patenti saxlamaq da böyük xərclər tələb edir. Bu səbəbdən də maliyyə imkanları aşağı olan ixtira mülkiyyətçiləri öz patentlərini satmağa çalışırlar.

Son dövrlərdə firmaların Avropa Patent Bürosuna patent əldə etmək üçün ərizə vermələrinin əsas səbəblərinə: texnoloji və texniki liderliyi saxlamaq, əhəmiyyətli olan xarici satış bazarlarını uzunmüddətli qorumaq, ixtiranın kommersiya məqsədilə reallaşdırılması üçün lazım olan yeni investisiyaları qorumaq, lisenziyalar üçün baza yaratmaq, məhsulun satışı və marketinq sistemində təsir etmək və s. aiddir.

8.2. Beynəlxalq lisenziya əməliyyatları və onların əsas xüsusiyyətləri

Beynəlxalq lisenziya əməliyyatları əmtəələrin alqı-satqısı əməliyyatlarından bir sıra xüsusiyyətlərlə fərqlənir:

1. Beynəlxalq lisenziya əməliyyatlarının obyektləri – kəşflər, texnoloji yeniliklər, qabaqcıl səmərəli texniki-istehsal təcrübəsi və s. bazarda birbaşa istiqamət olmadan meydana çıxır. Çox vaxt belə kəşf və ixtiralar firmaların öz xüsusi istehsallarını təkmilləşdirmək

proseslərində meydana çıxır. Bununla əlaqədar həyata keçirilən elmi-texniki tədqiqat və yeniliklər birbaşa kommersiya məqsədi daşmır. Bununla da lisenziyalar alıcının konkret tələbini ödəyən alqı-satqı əməliyyatlarından fərqlənir.

2. Alqı-satqı sövdələşmələrindən fərqli olaraq, lisenziarın öz lisenziyasını təqdim etməsi xalis kommersiya məqsədlərini gözləmədən, xarici bazarda davamlı mövqe tutması, tərəfdaşlarla uzunmüddətli əlaqələrin qurulmasına səy göstərməsilə daha çox əlaqədardır.

3. Məlum olduğu kimi alqı-satqı əməliyyatlarında, əmtəə istehsalçıdan alıcının mülkiyyətinə keçir. Ancaq lisenziya əməliyyatlarında isə bu proses tam baş vermir. Belə ki, əvvəldə qeyd edildiyi kimi lisenziar ixtiraya olan mülkiyyət hüququnu saxlamaqla, müəyyən şərtlər əsasında, lisenziya razılaşmalarını pozmadan ondan istifadə və ya lisenziya obyektini sərbəst istehsal etmək hüququnu sata bilər.

4. Beynəlxalq lisenziya əməliyyatlarında lisenziata təsərrüfat üsullarından istifadə hüququnun verilməsi baş verir. Lisenziyanın satışından əldə edilən nəticə **texnoloji rent** adlanır. **Texnoloji rent** xüsusi mülkiyyətdə olan elmi-texniki qərarların təsərrüfat məqsədilə istifadə edilməsinə görə yaradılan imkanlar üçün olan ödəmələrdir. Bu, lisenziya qiymətlərinin əsas tərkib hissələrindəndir, digər hissəsi isə lisenziya obyektlərinin təkrar istehsalının xərclərinin bir hissəsini təşkil edir.

Elmi-texniki mübadilənin ölkələr arasında mübadilə olunmasının əsas forması kimi çıxış edən beynəlxalq lisenziya əməliyyatları və lisenziya ticarəti müasir dövrdə çox geniş yayılmışdır. Bu bir çox amillərlə bağlıdır. Belə ki, müasir mərhələdə ETT, dünya bazarlarında yeni məhsulun tətbiqinə səy göstərilməsi, beynəlxalq rəqabət mübarizəsinin kəskinləşməsi və s. beynəlxalq lisenziyalaşdırmanı daha perspektivli fəaliyyət sferasına çevrilmişdir. Bu istiqamətdə ən geniş fəaliyyəti TMK-lar həyata keçirir. Lisenziya siyasəti sahəsində

TMK-ların həyata keçirdikləri ən vacib məqam onların lisenziyalar üzərində öz inhisar hüququnu saxlamaq məqsədilə lisenziyaların özlərinin xüsusi filial və törəmə firmalarına satılması ilə bağlıdır. Bu həm də onlara gömrük maneələrini dəf etməklə, digər ölkələrin valyuta məhdudluqlarını aradan qaldırmağa imkan yaradır.

Xarici firmalar birgə kompaniyalara lisenziyanı təqdim edərkən onlar daha vacib istehsal sirlərini öz əllərində saxlamağa çalışaraq, birgə kompaniyanın sərbəst istehsal fəaliyyətinə mane olmaqla, ciddi formada onlar özləri buraxılan məhsulun standart və nomenklaturasını təyin edirlər. Əksər hallarda xarici firmalar lisenziya məhsulunun satışı üzrə nəzarəti də öz əllərində saxlamağa çalışırlar, onların rəqabətin yüksək olduğu xarici bazarlarda reallaşdırılmasını məhdudlaşdırırlar.

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma həmçinin xarici ölkələrdə ticarət-siyasi maneələri dəf etməkdə bir vasitə kimi də çıxış edir. Çünki, digər ölkələrdə təqdim edilən lisenziya üzrə buraxılan məhsul bu ölkənin bazarında digər xarici məhsullara nəzərən yüksək rəqabət qabiliyyətinə malik olur.

Bundan başqa, lisenziyanın satışı iri kompaniyalara dünya bazarlarında rəqabəti məhdudlaşdırmağa imkan verir (lisenziyata razılaşdırılan ərazilərdən kənarında lisenziya məhsulunun satışına məhdudluğun tətbiqilə əlaqədar). Bu halda lisenziya ticarəti vasitəsilə satış bazarlarının iri firmalar arasında bölgüsü həyata keçirilir.

Beynəlxalq lisenziya əməliyyatları vasitəsilə lisenziar firmanın birbaşa əmtəə ixracının genişləndirilməsi məqsədləri də həyata keçirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq lisenziya əməliyyatlarının genişlənməsinə səbəb olan amillər və digər səbəblər bir çox əks nəticələrə yol açır. Hər şeydən əvvəl lisenziyanın xarici texnika və texnologiyadan asılılığını artırır ki, bu da milli səviyyədə elm və texnikanın inkişafına maneələr yaradır. Böyük sayda lisenziyaların

əldə edilməsi, bu istiqamətdə birgə müəssisələrin yaradılması ayrı-ayrı sahələri, bütövlükdə ölkənin iqtisadiyyatını xarici firmalardan asılı vəziyyətə salır və daim artan ödənişlər və xərclər milli iqtisadiyyata böyük zərbə vurur.

8.3. Lisenziyaların beynəlxalq mübadiləsi haqqında razılaşmalar, lisenziya müqavilələri və lisenziya ödənişləri

Lisenziyanın beynəlxalq ticarətində lisenziya razılaşmaları xüsusi yer tutur. Ümumi halda, beynəlxalq lisenziyalar üzrə əməliyyatlar aşağıdakı növ müqavilə və razılaşmalar üzrə həyata keçirilir (və ya **lisenziyaların beynəlxalq mübadiləsinin növləri**):

1) Beynəlxalq lisenziya razılaşmaları. Bu razılaşmaların obyektləri bir və ya bir neçə kompleks patentlər, ixtiraya olan lisenziya, NOW-HOW və əmtəə nişanları ola bilər.

2) Avadanlığın göndərilməsini də nəzərdə tutan beynəlxalq alqı-satqı müqaviləsi. Bu müqaviləyə avadanlıq istehsal edən texnoloji proses haqqında informasiyanı nəzərdə tutan lisenziya, konstruktor sənədləri və s. əlavə edilə bilər.

3) Avadanlığın göndərilməsi və lisenziyanın satılmasını nəzərdə tutan kombinə edilmiş beynəlxalq müqavilələr.

4) Sənaye obyektlərinin layihələndirilməsi və tikilməsi haqqında beynəlxalq müqavilələr. Bura xaricdə obyekt tikilməsi kontraktı ilə yanaşı, əlavə olaraq patent hüquqları və NOW-HOW verilməsini nəzərdə tutan lisenziya, tikinti obyektı, texnologiya və s. imkanlar əlavə edilə bilər.

5) Elmi-texniki əməkdaşlıq haqqında beynəlxalq müqavilələr-informasiyaların, elmi-texniki yeniliklərin, mütəxəssislərin mübadiləsi və s.

6) Sənaye əməkdaşlığı haqqında beynəlxalq müqavilələr.

Əvvəldən qeyd etdiyimiz kimi, patentin lisenziya kimi alınıb satılması **lisenziya razılaşmaları** əsasında həyata keçirilir. Beynəlxalq lisenziya razılaşmalarının məzmununu istehsalda elmi tədqiqat və işləmələrin nəticələrinin tətbiqinə yönəldilmiş elmi-texniki əlaqələrin qurulması təşkil edir. Bu növ lisenziya razılaşmalarına elmi-texniki qarşılıqlı münasibətlərlə yanaşı, məhsulun reallaşdırılması, müəssisələrin idarə edilməsi ilə bağlı istehsal və maliyyə münasibətləri də daxildir. Lisenziya razılaşmaları aşağıdakılardan asılı olaraq fərqlənirlər:

1. Lisenziya razılaşmaları lisenziya məhsulunun ixracını təmin edə, yaxud da məhdudlaşdıra bilər, ya da onu tam istisna edə bilər;

2. Lisenziya razılaşmalarında lisenziya sövdələşməsinin fəaliyyəti dövründə lisenziata (lisenziyanın alıcısına) yeni, təkmilləşdirilmiş lisenziya texnikası haqqında informasiyanın təqdim edilməsinin mövcudluğu və ya belə informasiyanın olmaması;

3. Lisenziya razılaşmaları texnologiyaların ötürülməsi üsullarına görə də fərqlənə bilər. Daha doğrusu, lisenziya sərbəst olaraq təqdim edilə bilər, eyni zamanda lisenziya obyektinin tikintisi, kompleks avadanlığın göndərilməsi və injiniring xidmətlərin göstərilməsi üzrə kontraktların bağlanması ilə də təqdim edilə bilər.

Lisenziya müqaviləsi – bir tərəfin (lisenziarın) digər tərəfə (lisenziata) ixtiradan və ya digər texniki nailiyyətdən (lisenziyadan) istifadə hüququnun təqdim edilməsini və həmçinin lisenziatın bunun üçün müəyyən mükafatın – ödənişin verilməsini nəzərdə tutan müqavilə növüdür. Lisenziya müqaviləsinin obyektini – ölkə qanunlarına görə ixtira kimi tanınan texniki qərarlar, digər elmi-texniki nailiyyətlər, istehsal sirləri, NOW-HOW və s. ola bilər.

Lisenziya müqaviləsinin şərtləri aşağıdakıları müəyyənləşdirə bilər:

- lisenziyanın tətbiq ərazisini (hər hansı bir dövlətin müəyyən

ərazisi, bir və ya bir neçə dövlətin ərazisi);

- lisenziya obyektinin istifadə formasını (məhsulun istehsalı və ya onların satışı, texnologiyaların tətbiqi və s.);

- miqdar-kəmiyyət nöqtəyi-nəzərinə, lisenziyanın həcmi;

- tətbiq müddətini (adətən, beş ildən on ilə qədər qəbul edilir)

və s.

Lisenziya müqaviləsinə həmçinin digər şərtlər də:

- lisenziyanı əldə edənə texniki sənədlərin verilməsi;

- ona mütəxəssislərin, maşın və avadanlıq nümunəsinin göndərilməsi yolu ilə texniki köməyin göstərilməsi;

- tərəflərin obyekt üzrə texniki təkmilləşdirmələr haqqında qarşılıqlı informasiyanın təqdimi;

- üçüncü şəxs tərəfindən lisenziyanı əldə edən hüquqlarının müdafiəsi, lisenziya müqaviləsi üzrə mübahisələrin həll edilməsi haqqında və s. şərtlər əlavə edilir.

Beynəlxalq ticarət təcrübəsi nümunəvi lisenziya razılaşmalarının çox saylı variantlarını işləyib hazırlamışdır. Bu cür nümunəvi lisenziya razılaşmalarının tətbiqi konkret sövdələşmənin bağlanması tezləşdirir, həmçinin mübahisəli məsələləri və məhkəmə işlərini sadələşdirir. Beynəlxalq lisenziya razılaşmaları beynəlxalq müqavilələrə uyğun olaraq özündə aşağıdakı bölmə və şərtləri birləşdirir:

1) **Razılaşmanın tərəfləri** – razılaşmanı bağlayanların adı, hüquqi forması, yerləşdiyi yer və s. göstərilir.

2) **Preambula** – burada razılaşmanın əsasını təşkil edən patentin nömrəsi, verilmə tarixi, lisenziyanın mülkiyyət hüququ, lisenziyanın bu mülkiyyətdən istifadə hüququ və s. mütləq göstərilir.

3) **Razılaşmanın predmeti** – o, patentləşdirilmiş ixtira və yaxud texnoloji proses, texniki bilik və təcrübə, əmtəə nişanı ola bilər. Mürəkkəb avadanlığın satışı zamanı patentləşdirilmiş ixtira və yaxud

texnoloji proses ilə yanaşı, burada predmet kimi NOW-HOW-da çıxış edə bilər.

4) **Lisenziyanın növü** - beynəlxalq lisenziya razılaşmasının vacib şərti lisenziyanın növünün müəyyən edilməsidir. Lisenziya ticarəti təcrübəsində əvvəlcə qeyd edilən üç növ lisenziyanı fərqləndirirlər: sadə və ya istisna olmayan, xüsusi və ya istisna və tam lisenziya. Bu bənddə göstərilən üç növ lisenziyadan hansının verilməsi və onun verilmə şərtləri tam və dəqiq şəkildə razılaşdırılır.

5) **Ödənişlər** – razılaşdırılan lisenziya predmetinə görə lisenziat lisenziyara müəyyən ödəniş-mükafat ödəyir.

6) **Lisenziya fəaliyyətinin müddəti və lisenziya fəaliyyətinə xitam verilməsi**. Bu müddət, hər şeydən əvvəl, lisenziya predmetinin istismarının tərəflərə verdiyi müəyyən dəyərlərdən asılıdır. Hal-hazırda lisenziya razılaşmasının daha geniş yayılmış müddəti 5-10 il (əvvəllər 15-20 il) hesab edilir.

Lisenziya ödənişləri – lisenziya razılaşmalarının predmeti olan lisenziyadan istifadə hüququnun təqdim edilməsinə görə ödənilən mükafatdır. Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində hesablama metoduna görə, lisenziya ödənişlərini, əsasən, ümumi halda iki qrupa ayırırlar:

1. Lisenziyalardan istifadənin faktiki nəticələrinə görə, daha doğrusu, istehsal olunan və satılan lisenziya məhsulunun – lisenziya predmetinin dəyərindən dövrü olaraq (ay, rüb, il və ya müəyyən edilmiş dövrə görə) faizlə köçürmələr və ya cari ayırmalar. Belə ödənişlər **royalti (royalty)** adlanır. Deməli, royalti – lisenziatın lisenziya sövdələşməsinin fəaliyyəti dövründə razılaşdırılmış zaman aralıqlarında qeyd edilmiş faiz dərəcələri formasında dövrü ödənişləridir. Cari ayırmaların miqdarı hal-hazırda orta hesabla 2-10% (daha çox hallarda 3-5%) təşkil edir və o, lisenziya məhsulunun dəyərindən, yaxud satış məbləğindən, ya da razılaşdırılmış müəyyən

baza əsasında hesablanır. Beynəlxalq təcrübədə royaltinin ölçüsü empirik yolla – sənayenin müxtəlif sahələri üçün müəyyən edilmiş orta royalti (başqa sözlə **standart royalti – 0,5÷14%**) əsasında müəyyən olunur.

Bütün sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin qanunvericiliyinə uyğun olaraq texnologiyaların və əmlak hüquqlarının beynəlxalq mübadiləsi əsasında verilməsi intellektual mülkiyyətin istifadəsinə görə mükafat qismində “ağıllı kompensasiya” və ya “ağıllı royalti” (belə növ ödənişlərin əsaslandırılması ilə bağlı qiymətəmələgəlmələrdə yaranan mübahisələrə və s. itkilərə görə) tələb edir. Lisenziya ticarətinin beynəlxalq təcrübəsində **lisenziyanın qiyməti** dedikdə lisenziyanı satanın xeyrinə lisenziyanı alanın ödədiyi məbləğ başa düşülür. Royalti əsasında lisenziya qiymətinin hesablanması zamanı lisenziyanın hesablama qiyməti və uyğun olaraq intellektual mülkiyyət sahibinə (lisenziara) ödənişin ölçüsü kimi ənənəvi olaraq lisenziya üzrə istehsal olunan və reallaşdırılan məhsulun dəyərindən asılı olaraq müəyyən edilmiş faiz ayırmaları təyin edirlər. Lisenziya razılaşmasında royalti dərəcəsi lisenziya məhsulunun xalis satış dəyərindən, onun maya dəyərindən, ümumi mənfəətdən faizlə müəyyən olunur və buraxılan məhsul vahidinə görə hesablanır.

2. Lisenziyanın istifadə edilməsi əsasında lisenziatın əldə edə biləcəyi mümkün mənfəət və iqtisadi səmərənin qiymətləndirilməsinə görə hesablanan ikinci ödəniş forması – **pauşal ödəniş** adlanır. Deməli, pauşal ödəniş – razılaşdırılmış lisenziya mükafatı məbləğinə əsasən qəti qeyd edilmiş müəyyən ödənişdir. İkinci qrup lisenziya ödəmələrinə pauşal ödənişlərlə yanaşı, ilkin nəgd ödənişlər, lisenziatın qiymətli kağızlarının verilməsi formaları da aiddir. Pauşal ödəmələr birdəfəlik, həm də müddətli həyata keçirilə bilər.

Lisenziya mükafatlandırılmasının pauşal ödəniş formasının

üstünlüyü ondan ibarətdir ki, lisenziar qısa müddətdə kommersiya və ya başqa risk olmadan mükafatın bütün məbləğini əldə edir.

Nəgd ilkin ödəniş – lisenziat tərəfindən birdəfəlik üzvlük haqqı kimi müəyyən edilmiş vaxtda və razılaşdırılmış şərtlərlə həyata keçirilən lisenziya ödənişlərindən biridir.

Lisenziatın qiymətli kağızlarının verilməsinin ödəniş formasında lisenziar lisenziya mükafatı kimi lisenziatın səhmlərinin 5%-dən 20%-ə qədərini əldə edir.

3. **Lisenziatın mənfəətində iştirak** – lisenziyaya görə mükafatlandırmanın bir növü olmaqla, verilən lisenziyanın istifadəsindən əldə edilən mənfəətin 20-30% həcmində lisenziarın xeyrinə ayrılması deməkdir. Çox hallarda isə lisenziarın payı kifayət qədər böyük intervallarda – lisenziatın mənfəətinin 10%-dən 50%-ə qədər dəyişə bilər və bu məbləğ bir çox amillərdən: verilən hüquqların həcmindən, patent müdafiəsinin həqiqiliyindən və mövcudluğundan, həmçinin mənfəətin ölçüsündən asılıdır:

a) əgər lisenziya obyektı sənaye və ya kommersiya nöqtəyindən nəzərdən hələ hazır deyilsə, əsas dəyərləndirmə kimi lisenziya razılaşması üzrə patent hüququ təqdim edildisə, onda lisenziarın payı lisenziatın mənfəətində 20% təşkil edir.

b) əgər lisenziya obyektı sənayedə tətbiqini tapmış məhsul və ya texnoloji prosesi olarsa, istisna lisenziya zamanı (yəni bütün hüquqların verilməsi zamanı) lisenziarın payı 35-50% təşkil edə bilər.

c) Qeyri-istisna lisenziya zamanı isə (lisenziarın lisenziyadan istifadə hüququ saxlanılmaqla lisenziata lisenziyadan yalnız istifadə hüququnun verilməsi zamanı) lisenziarın payı lisenziatın mənfəətində 20-30% təşkil edir.

8.4. Texnoloji ödəniş balansının tətbiqi məsələləri və ticarətin texnoloji tutumu

Qeyd etmək lazımdır ki, texnologiyalara görə ödənişlərin yalnız müəyyən hissəsini ölkənin ödəniş-tədiyyə balansı statistikasına vasitəsilə təyin etmək olar. Belə ki, əgər texnologiya “xalis şəkildə” ötürülürsə, onda belə texnologiyalara görə ödənişlər balansının cari əməliyyatlar çərçivəsində xidmətlər bölməsinə aid olan “royalti və lisenziya ödənişləri” sətrində qeyd olunur. Yalnız sənayecə inkişaf etmiş ölkələr texnoloji ödənişlər statistikasını nəşr edirlər və buna görə də dünya üzrə belə texnologiya ödənişlərin həcmi bütövlükdə qiymətləndirmək qeyri-mümkündür.

Bununla əlaqədar, dünya səviyyəsində - beynəlxalq təşkilatlar çərçivəsində “texnoloji ödəniş balansının” tətbiqinin imkanı məsələləri öyrənilir. Çünki, belə bir imkanın olması, yaxud texnoloji ödəniş balansının mövcudluğu yüksək texnologiyalar tələb edən məhsulların ticarəti, beynəlxalq investisiyalar, patentlərin xüsusi satışı və lisenziyaların təqdimi, həmçinin təmənnasız əsasda texnologiyaların verilməsilə bağlı ölkələrarası yüksək texnologiya axınlarını izləməyə şərait yarada bilər.

Əgər texnologiyaların beynəlxalq səviyyədə ötürülməsinə geniş mənada baxılarsa və bu, özündə texnoloji tutumlu məhsulların ticarətini birləşdirərsə, onda onun ölçüsünün dəyərləndirilməsinə yanaşma bir qədər başqadır. Belə ki, yüksək texnologiyalı əmtəə və ya məhsulların ticarət vasitəsilə ötürülən texnologiyalarının həcmi qiymətləndirilməsi üçün UNCTAD tərəfindən işlənmiş ticarətin texnoloji tutumunun təsnifləşdiricisi tətbiq olunur.

Ticarətin texnoloji tutumu (TTT) (ingiliscə: **R&D Intensity of trade**) – istehsalın həcmində və ayrıca götürülmüş sahənin əmtəələrinin ticarətində tədqiqatlara və işləmələrə çəkilən xərclərin

payıdır. Ticarətin texnoloji tutumu əmsalının hesablanması istehsalın müxtəlif sahələri və dünyanın müxtəlif ölkələrinin ayrı-ayrı əmtələri üçün hesablanı bilər. Daha sonra, bunun əsasında ortaq göstərici hesablanır. Verilən ölkənin, ölkələr qrupunun və ya sahənin TTT-nin orta səviyyədən yüksək olduğu, əmtəə və sahələr **yüksək texnoloji tutumlu** hesab edilir. Əgər TTT orta qiymətlə bir səviyyədədirsə, onda əmtəə və sahələr **orta texnoloji tutumlu** hesab edilir. Əgər TTT orta səviyyədən aşağıdırsa, deməli əmtəə və onların ticarəti **aşağı texnoloji tutumlu** sayılır.

Məlum olduğu kimi, lisenziyaların satışında İEÖ-dən ABŞ, Yaponiya, Almaniya, İtaliya həmçinin sürətlə inkişaf edən Cənub-Şərqi Asiya ölkələri lider ölkələr sırasındadır. Bütün dünyada yüksək texnologiya tələb edən məhsullar şərti olaraq 50 makrotexnologiyaya ayrılır ki, bu sırada ABŞ 22 makro texnologiya, Yaponiya 7 makrotexnologiya üzrə dünya bazarına nəzarət edirlər.

Qeyd edilən vəziyyətdə yüksək texnoloji əmtəələr üçün orta TTT 11,4%, orta texnoloji əmtəələr üçün 1,7% və aşağı texnoloji əmtəələr üçün 0,5% təşkil edir. Bundan başqa, ticarətin texnoloji tutumunu qiymətləndirmək üçün **Standart Beynəlxalq Ticarət Təsnifləşdirici (Standart International Trade Classification)** istifadə olunur.

8.5. Beynəlxalq lisenziya ticarətinin təşkilində firmaların və lisenziya vasitəçilərinin rolu

Xaricdə lisenziyanın satılması təcrübəsi və təşkilati formaları çox müxtəlifdir. O, lisenziya əməliyyatlarının həcm və xarakterindən, firmaların kommersiya fəaliyyətinin yerindən, əhəmiyyətindən və s. asılıdır. Bütün bunlar bu cür əməliyyatların həyata keçirilmə metodlarını: lisenziar və lisenziat arasında birbaşa əlaqənin qurulması və yaxud lisenziyanın satışı zamanı vasitəçi-patent və lisenziya

agentlərinin xidmətindən istifadəni müəyyən edir.

Beynəlxalq lisenziya ticarətinin təşkilində **sənaye firmaları** xüsusi rol oynayır. Lisenziyanın satılması üzrə birbaşa əməliyyatların həyata keçirilməsi üçün sənaye firmaları öz daxilində **lisenziya-patent şöbələri, beynəlxalq lisenziya şöbələri və beynəlxalq lisenziya üzrə törəmə müəssisələrini** yaradırlar. Lisenziya xidmətləri və şöbələri (sektorları), adətən, böyük kompaniyalarda yaradılır. Belə şöbələr böyük həcmdə elmi tədqiqat işlərini həyata keçirən kompaniyalarda fəaliyyət göstərirlər və bu kompaniyaların öz ixtiralarını patentləşdirmək imkanı olur. Belə şöbələr patent və lisenziyalar üzrə beynəlxalq təcrübəni öyrənir, müxtəlif ölkələrdə lisenziya şərtləri, patent rəqabətləri, yeni texniki nailiyyətlər haqqında informasiyanı firmanın uyğun xidmətlərinə təqdim edir, öz firmalarının elmi tədqiqat nəticələri və texniki nailiyyətlərinin patent qorunmasını təmin edir, lisenziyaların alqı-satqı əməliyyatlarını və s. təşkil edir.

Beynəlxalq lisenziya şöbələri isə təsərrüfat sərbəstliyi ilə fərqlənirlər və onlar da, adətən, iri kompaniyalar çərçivəsində yaradılır. Beynəlxalq lisenziyalaşdırma üzrə böyük həcmdə əməliyyatlar həyata keçirən belə lisenziya şöbələri özlərinin fəaliyyət subyektlərindən başqa, tərkib etibarilə mühəndis-texniki işçilərdən ibarət stabil ştata da malik olurlar.

Beynəlxalq lisenziyalaşdırma üzrə törəmə kompaniyalar iri sənaye firmalarının patent – lisenziya satışı üzrə əməliyyatların əsas dayaq bazasını təşkil edirlər. Onlar əsasən xaricdə yaradılır ki, bu da lisenziya əməliyyatlarının həyata keçirilməsilə bağlı xərcləri azaldır və lisenziyalarla bağlı digər vacib imkanları genişləndirir.

İxtisaslaşdırılmış firmalar (onlar çox vaxt vençur kompaniyalar qrupuna daxil olurlar) elmi-tədqiqat fəaliyyətini kommersiya məqsədilə həyata keçirirlər, patent və ideyaların alınması, onların yenidən işlənməsi ilə məşğul olur, dünya bazarını geniş çeşiddə

elmi-texniki məhsullarla təmin edirlər.

Patent və lisenziyaların beynəlxalq ticarətində lisenziya və patent agentləri - vasitəçi brokerlər kimi çıxış edir. Onların vəzifələrinə aşağıdakılar aiddir:

- İxtiranın öz sahibinin adına ölkəsində və xaricdə patentləşdirilməsi;
- Patent və lisenziyaların alınıb satılmasında bilavasitə vasitəçilik etmək;
- Lisenziya razılaşmalarının hazırlanması, danışıqların aparılması, reklamların təşkili və s.

Onlar həm lisenziya alıcılarına, həm də lisenziya satıcılarına xidmət edirlər. Lisenziya agentinin mükafatlandırılmasının forma və ölçüsü onların müştərisi ilə razılaşdırdıqları öhdəliklərdən asılıdır. Adətən, mükafatlandırma lisenziya razılaşması dövründə agentin vasitəçiliyi ilə satılan lisenziya obyektinin reallaşdırılmasından lisenziyanın faktiki olaraq əldə etdiyi mükafatdan faizlə (10-15%, hətta 40-50%-ə qədər yüksələ bilər) hesablanır. Lisenziya agentləri kimi ixtisaslaşdırılmış xüsusi firmalar, həmçinin vəkil firmaların assosiasiyası, patentlərin işlənməsi üzrə mühəndis firmaları çıxış edirlər.

8.6. Beynəlxalq texnoloji mübadilədə və lisenziya əməliyyatlarında intellektual mülkiyyətin qorunması istiqamətləri

Beynəlxalq texnoloji mübadilədə və lisenziya əməliyyatlarında əsas mübadilə obyektini kimi intellektual mülkiyyət çıxış etdiyi üçün onun müdafiəsi məsələləri müasir dövrdə çox aktual vəzifələrdəndir. İntellektual mülkiyyətin də əsas tətbiq sahəsini sənaye sferası təşkil edir. Bu baxımdan sənaye sferasında intellektual mülkiyyət obyektlərinin, onların tətbiqi nəticələrinin hüquqi mühafizəsinin əsas və-

zifəsi – elmi-texniki qərarların müəlliflərinə, alimlərə, tədqiqatçılara, ixtiraçılara öz kəşflərilə, yeniliklərilə sərbəst, tam davranış hüququ verilməklə, yaradıcılıq fəaliyyətinə görə onlar müəyyən müddətə (maksimum 20 ilə qədər) mükafatın təqdim edilməsinə təmin etməkdir. Onlar öz kəşflərini sərbəst olaraq özləri istifadə edə, yaxud müəyyən məbləğə ondan istifadə hüququnu digər şəxsə verə bilərlər. Bu zaman patentin müəllifi öz kəşfindən əvəzi ödənilmədən istifadə edən istənilən şəxsə, qanunsuz istifadəni hüquqi baxımdan qadağan edə bilər.

İntellektual-sənaye, mülkiyyətin elmi-texniki nailiyyətlərin hüquqi müdafiəsi aşağıdakıların təmin edilməsinə imkan verir:

– birincisi, onların müəlliflərinə öz yaradıcılıq məhsullarına – ixtiralarına görə olan müəlliflik hüquqlarını möhkəmləndirir;

– ikincisi, yaradıcılıq fəaliyyəti nəticələrinin tanınması, qəbul edilməsilə yanaşı bu hüquq onlara mükafatın alınmasına da imkan verir. Qanunvericiliyə əsaslanan belə hüquqi müdafiə müəllifə, onu yaradıcılıq məhsullarının nəticələrindən üçüncü şəxsə qanunsuz, əvəzi ödənilmədən istifadəsinə zəmanət verir.

– ETTKİ-nin nəticələrinin patentlə müdafiəsi – istənilən firmanın, təşkilatın ən vacib vəzifəsidir. Çünki, belə hüquqi müdafiə olmadan, onlar çox asanlıqla rəqiblərin qurbanına çevrilə bilərlər. Əlbəttə, yeni elmi nəticələr və ya məhsulun buraxılması haqqında məlumatların bazarda patentsiz nəşri və ya yayılması rəqabət edən tərəfə ETTKİ üzrə xərclərə və vaxta qənaət etməyə imkan verir, nəticədə əlavə mənfəət əldə etmək imkanı yaranır. Bundan başqa, rəqabət aparan tərəf müdafiə olunmayan yad işləmələri, texnologiyaları patentləşdirərək, müəssisənin məhsul buraxılışına təhlükə yarada bilər. Bu, xüsusilə öz nailiyyətlərini gizli saxlamağa çalışan müəssisələr üçün daha təhlükəlidir. Təcrübə göstərir ki, elm və texnika o qədər sürətlə inkişaf edir ki, analoji qərarlar eyni

zamanda dünyanın istənilən yerində, müxtəlif insanların, mütəxəssislərin də ağına gələ bilər.

Bütün bunlara baxmayaraq, hal-hazırda firma və müəssisələr müxtəlif səbəblərə əsaslanaraq, öz ixtiralarını patentləşdirməkdən imtina etmək ənənəsinə meyllidirlər. Bunun bir səbəbi də odur ki, patentin açıqlanması, onun ictimailəşməsi rəqabət edən tərəfə öz axtarışlarının istiqamətini müəyyənləşdirməyə imkan verə bilər. Patentləşdirilməmiş texnologiyanın (NOW-HOW) satışı zamanı yeganə mühafizə sənədi kimi lisenziya razılaşması çıxış edir ki, burada da verilən informasiyanın məxfiliyi haqqında xüsusi bölmə nəzərə alınır və onun pozulması halında dəyən zərərin ödənilməsi də tələb olunur.

İxtiranın hüquqi mühafizəsinin əsası kimi, patentin təsvirinin vacib tərkib hissəsi olan texniki informasiya çıxış edir. Adətən, sənaye mülkiyyəti obyektləri patentlə, faydalı modellərlə, sənaye nümunələrilə, əmtəə və xidmət markaları və ya nişanları ilə qorunurlar. Qeyd edilənlərin içərisində elmi-texniki nailiyyətlərin hüquqi müdafiəsi sahəsində patent verildiyi ərazidə onun sahibinə xüsusi səlahiyyət hüququ verən sənəd kimi çox böyük rola malikdir. Hər bir ölkədə patent hüququnun qorunmasının ən vacib mənbəyi milli patent qanunvericiliyi hesab edilir. Bundan başqa, müasir dövrdə texnoloji mübadilənin, elmi-texniki nailiyyətlərin ötürülməsinin getdikcə daha çox beynəlxalq xarakter alması, bu səviyyədə də patent hüquqlarının qorunmasını təmin edən bir sıra sənədlər və razılaşmaların qəbul olunmasına əsas vermişdir:

1. 1883-cü ildə qəbul edilmiş sənaye mülkiyyətinin qorunması haqqında Paris konvensiyası;
2. Avropa patentlərinin verilməsi haqqında konvensiya;
3. Patent kooperasiyası haqqında müqavilə.
4. Qorunan sənədlərin tanınması haqqında Havana razılaşması

və s.

Patent qanunvericiliyi həm beynəlxalq, həm də milli əsaslara söykənərək qəbul edilməlidir. Bu qanunvericilik patent sahibinin əsas hüquqi müdafiəsi olmaqla, burada patentin fəaliyyətinin, onun mövcudluğunun xüsusiyyət və xarakterləri düzgün əks etdirilməlidir. Patentin mövcudluğu o deməkdir ki, yalnız onun sahibi bu patentlə istədiyi kimi rəftar edə bilər, özü onun kimə istifadə hüququnun kimə verilməsi, ya özü tərəfindən sərbəst istifadə edilməsi, ya da onun lisenziyasının satılması qərarını qəbul edə bilər. Bundan başqa, əvvəldə qeyd edildiyi kimi patent sahibi ondan qanunsuz istifadə edən digər tərəfin fəaliyyətini qadağan etmək hüququna malikdir. Əgər patent obyektini hər hansı bir məmulatdırsa, onda üçüncü şəxsə onu hazırlamaq, satışı təklif etmək, tətbiq etmək və dövriyyəyə buraxmaq qadağandır. Əgər patent obyektini hər hansı üsuldursa, onda üçüncü şəxsə onun özü tərəfindən tətbiqi, istifadəyə təklifi, bilavasitə bu üsulla hazırlanan məhsulun satışı, belə məhsulun dövriyyəyə buraxılması, idxal edilməsi qadağan edilir.

Məhsulun reallaşdırılması məqsədilə patentin müdafiəsinin əhəmiyyəti patentin özünün aşağıdakılara imkan yaratması ilə bağlıdır:

- rəqabət mübarizəsində vasitələrin seçimini genişləndirir;
- rəqabət edən tərəfi bazardan çıxardır və ya onu zəiflədir;
- məhsulun kommersiya istifadəsinə xüsusi hüquq verir;
- məhsula tələbatı stimullaşdırır;
- lisenziya üçün baza rolunu oynayır və s.

Patent fəaliyyəti aşağıda qeyd edilənlərə şamil edilmir:

1. İxtiradan xüsusi məqsədlər üçün, həmçinin patentin fəaliyyət göstərdiyi ərazidə müvəqqəti yerləşən gəminin göyörtəsində, hava gəmisində və yerüstü nəqliyyat vasitələrində təcrübələrin keçirilməsi üçün istifadəsi;

2. Patentə ərizə verilən ana qədər ixtiradan istifadə edənə və ya onun üçün hər hansı hazırlıq işlərini həyata keçirən şəxsə;

3. Patentdən cəmiyyətin ümumi xeyrinə və ya təhlükəsizlik məqsədilə istifadə üçün hökumətin onun “özgələşdirilməsi” haqqında qərarların qəbul edildiyi vəziyyətlərdə.

Beləliklə, beynəlxalq texnoloji mübadilədə və lisenziya əməliyyatlarında patent müdafiə sistemi texnoloji və texniki liderliyin, vacib satış bazarlarının uzun müddətli qorunmasına, ixtiranın kommersiya məqsədilə reallaşdırılması üçün vəsaitlərin, yeni investisiyaların qorunmasına, əlavə mənfəətin əldə edilməsinə, lisenziya satışlarına və s. geniş imkanlar yaradır.

IX FƏSİL. MÜHƏNDİS-TEXNİKİ-BEYNƏLXALQ İNJİNİRİNQ XİDMƏTLƏRİNİN MÜBADİLƏSİ

9.1. Mühəndis-texniki xidmətlərin beynəlxalq mübadiləsinin yaranması və inkişaf əməlləri

Müasir dövrdə elmi-texniki nailiyyətlərin sürətlə inkişafı, bu irəliləyişlərin bilavasitə mühəndis-texniki xidmətlərlə (MTX) əlaqədar olması, qeyd edilən sahə üzrə beynəlxalq ticarət əməliyyatlarının da intensiv surətdə genişlənməsinə təkan vermişdir. MTX daha çox ümumi bir ad altında – injiniring xidmətləri kimi həyata keçirilir. Beynəlxalq injiniring xidmətləri kommersiya əsasında reallaşdırıldığı üçün MTX-in mübadiləsi beynəlxalq kommersiya əməliyyatlarının sərbəst növünə çevrilmişdir. Bu da öz növbəsində özünəməxsusluğu ilə seçilən beynəlxalq injiniring xidmətləri bazarının yaranmasına təkan vermişdir.

İnjiniring ilk dəfə olaraq təxminən iki əsr bundan əvvəl İngiltərədə mülki tikinti sahəsində yaranmış və müxtəlif tikinti işlərinin (körpülər, yollar, aeorodromlar, limanlar və s.) həyata keçirildiyi sahələrdə mühəndis-məsləhət xidmətlərlə məhdudlaşdırılmışdır. Daha sonra mühəndis-məsləhət xidmətləri sənaye sahəsində təqdim edilməyə başlamışdır. İnjiniringin formalaşmağa başlaması keçən əsrin birinci onilliyində baş vermişdir.

Bu dövrdə inkişaf edən ölkələrdə peşəkar mühəndis-məsləhət firmalarının sayı sürətlə artmış, onların fəaliyyətinin həcmi fasiləsiz yüksələrək, mühəndis-məsləhətçilərin ilk sahə assosiasiya və bilikləri yaranmışdır. Belə ki, 1903-cü ildə belə təşkilatlar Almaniyada – Mühəndis-məsləhətçilərin Assosiasiyası, 1901-ci ildə Belçikada - Mühəndis-məsləhətçilərin Palatası, 1910-cu ildə ABŞ-da Mühəndis-məsləhətçilərin Amerika İnstitutu və İsveçdə - Mühəndis-məsləhət-

çilərin İsveç Assosiasiyası, 1912-ci ildə Fransada – Fransanın Mühəndis-məsləhətçilərin Palatası, İngiltərədə də Mühəndis-məsləhətçilərin Assosiasiyası və s. yaranmağa başlanmışdır. Daha sonra, 1913-cü ildə **Mühəndis-məsləhətçilərin Beynəlxalq Federasiyası** yaradıldı.

Mühəndis-məsləhətçilərin sahə birliklərinin yaranma prosesi iqtisadi cəhətdən İEO-də injiniringin əhəmiyyətinin artması ilə əlaqədar ikinci dünya müharibəsindən sonra yenidən aktivləşməyə başladı. 1971-ci ildə “Ümumi bazar” çərçivəsində **Mühəndis-məsləhət firmaların Regional Avropa Komitəsi (European Federation of Engineering Consultancy Associations - EFCA)** təsis edildi. EFCA-nın üzvləri xüsusi, sərbəst (dövlət, yarımdövlət və s.), həmçinin podratçı-kontraktlar kateqoriyasına aid olmayan mühəndis-məsləhətçi firmalar ola bilər. Hal-hazırda EFCA-ya Avropa ölkələrinin 16 sahə assosiasiyası, o cümlədən Almaniya, Böyük Britaniya, Fransa, İtaliya, Belçika, Hollandiya, Rusiya və s. ölkələr daxildir. Onların müəssisələrində (təxminən 1000 kompaniya) 1 milyona yaxın işçi çalışır. Onların gəlirləri təxminən 100 milyard avro, xidmət edilən obyektlərin investisiya dəyəri 60 milyard ABŞ dolları təşkil edir. EFCA aşağıda qeyd edilənləri həyata keçirir:

- peşəkar kodeksin hazırlanması;
- müxtəlif qərbi avropa dillərində injiniring üzrə kontraktlarda tətbiq olunan terminlər lüğətinin hazırlanması;
- Avropa inkişaf fonduna (Brüssel) bu fond tərəfindən maliyyələşdirilən layihələrin yerinə yetirilməsinə məsləhətçilərlə birlikdə kontrakt və razılaşmaların şərtləri üzrə EFCA-nın mövqeyinin təqdim edilməsi və s.

Mühəndis-məsləhətçilərin Beynəlxalq Federasiyası (International Federation of Consulting Engineers - FIDIC). Xüsusi

sərbəst məsləhət firmalarının milli assosiasiyalarını özündə birləşdirir. Hal-hazırda onun tərkibinə 73-dən çox ölkənin assosiasiyası, 3000-dən artıq firma daxildir ki, burada da 1 milyarddan artıq insan məşğul olur.

Milli assosiasiyalar öz üzvlərinin maraqlarını qorumaqla, peşəkarlıq əlamətləri üzrə məsləhətçiləri birləşdirmək yolu ilə, öz ölkələrində “sərbəst” mühəndis-məsləhətçi fəaliyyətini dəstəkləyirlər. FİDİC-in əsas vəzifələrinə aiddir:

- peşəkar təşkilatların olmadığı ölkələrdə onların yaradılmasına kömək etmək;

- federasiya üzvlərinin peşəkar maraqlarını qorumaq və saxlamaq, əməkdaşlığın inkişafına və onlar arasında informasiya mübadiləsinə kömək, peşəkar etika və əxlaq kodeksini işləmək;

- digər maraqlı təşkilatlarla əməkdaşlığa şərait yaratmaq və s.

Müasir dövrdə daha böyük mühəndis-məsləhət firmaları ya EFCA-nın, ya da FİDİC-in tərkibinə daxil olan sahə milli assosiasiyaların üzvləridirlər.

Xarici ticarət əməliyyatları üzrə statistika göstərir ki, bütövlükdə ölkələr mühəndis-məsləhət xidmətlərinin mübadiləsində iştirak edirlər. Bundan başqa, müəyyən olunmuşdur ki, belə mübadilənin əsas iştirakçıları sahələrdə ticarət əməliyyatları üzrə müsbət saldoya malik olurlar. Beləliklə, inamla qeyd etmək olar ki, dünyanın bütün regionları injiniring xidmətlərinin beynəlxalq mübadiləsinə cəlb olunmuşlar. Bu mübadilənin ən aktiv iştirakçıları Avropa, Asiya və Şimali Amerika ölkələri sayılır. Bununla bərabər bütün bu ölkələr ticarətin həcminə görə ABŞ-dan geri qalırlar. Bundan başqa ABŞ digər ölkələrdən daha bir xüsusiyyətlə, yəni bu ölkə tikinti və injiniring xidmətləri üzrə ixraca nisbətən daha çox idxal etməsilə də fərqlənir. Eyni zamanda bu xidmətlər sahəsində dünyada formalaşan bir özünəməxsus ənənəni də qeyd etmək lazımdır. Belə ki, injiniring

xidmətləri üzrə beynəlxalq ticarətin əsas hissəsi bu növ xidmətlərin müxtəlif növləri üzrə həm idxalçı və həm də ixracatçı qismində çıxış edən bir neçə ölkə arasında texnologiyaların, biliklərin və s. elmi-texniki nailiyyətlərin yenidən paylanması kimi tədqiq olunur. AB ölkələri, ABŞ, Kanada, İsveçrə, Çin, Cənubi Koreya, Sinqapur, Hindistan, Braziliya, Rusiya və s. ölkələr MTX bazarlarında injiniring xidmətlərinin həm idxalçısı, həm də ixracçısı kimi çıxış edirlər.

9.2. İnjiniring, reinjiniring, beynəlxalq injiniring xidmətləri, onların növləri, kontraktların bağlanması məsələləri

“İnjiniring” ingilis sözü olub (“engineering”) hərfi mənada “kəşf”, “bilik”, “texnika”, “mühəndis incəsənəti”, “maşınqayırma” və s. kimi başa düşülür. Müasir dövrdə isə injiniring anlayışı geniş mənə kəsb etməklə, ondan sənaye müəssisələrinin, infrastruktur, tikinti və s. obyektlərinin yaradılması, daha doğrusu mühəndis-məsləhət və mühəndis-tikinti fəaliyyətilə bağlı bütöv bir sahəni və ya sahibkarlıq sferasının ümumiləşdirilmiş şəkildə işini göstərmək üçün istifadə edirlər. Bu mənada ümumi şəkildə injiniring anlayışından, müştəriyə təqdim olunan bütün növ mühəndis xidmətlərinin birliyi kimi istifadə edilir. Bura bir qayda olaraq, layihələndirmə, lisenziyanın təqdim edilməsi, NOW-HOW, buraxılış-sazlama işləri daxildir. İnjiniring həmçinin tikinti xidmətlərini, kadrların hazırlanmasını da özündə birləşdirir. Ümumi şəkildə injiniringin iki istiqamətini: **daxili injiniringi** və beynəlxalq kommersiya əlaqələrinin bir forması olan **ixrac injiniringini (beynəlxalq injiniring)** fərqləndirirlər.

İnjiniring anlayışını obrazlı dildə - “mühəndis incəsənətinin texnikası” kimi dəyərləndirmək olar. İnjiniring müasir texnologiyanın işlənməsi, tətbiqi və ticarəti, həmçinin qabaqcıl təcrübə ilə birbaşa və sıx bağlıdır. İnjiniring bir tərəfdən elmi-tədqiqat işlərinin

yerinə yetirilməsi, digər tərəfdən isə onların tətbiqinin birləşməsində təzahür edir. Beləliklə, **injiniring** – avadanlıqların layihələndirilməsi, göndərilməsi, quraşdırılması, buraxılış – sazlama, tikinti işləri, o cümlədən “açar altında” tipli obyektlər, həmçinin məmulatların istehsalda tətbiqi, onların bazarda satışı ilə bağlı geniş spektrli kompleks və ya konkret tətbiqli texniki xidmətlər kimi təsəvvür olunur.

İnjniringin məqsədi - hər hansı istehsal və ya texniki məsələnin sifarişçinin kapital vəsaitlərinin istifadəsinin daha səmərəli həlli məqsədilə, obyektlərin tikintisi və ya yenidən işlənməsi və yaxud da ayrıca bir texnoloji əməliyyatın yerinə yetirilməsi zamanı xidmətlərin göstərilməsidir. MTX içərisində “**Sənaye injniringi**” anlayışını da xüsusi olaraq fərqləndirirlər. O, əmək məhsuldarlığının və məhsulun keyfiyyətinin artırılmasına yönəldilmiş tətbiqi metodların məcmusudur. Sənaye injniringinin tətbiqi metodları az xərclərlə, daha çox və əhəmiyyətli iqtisadi səmərə əldə etməyə imkan verən səmərələşdirmənin müqayisəli elementar və s. üsullarını özündə birləşdirir. Bu metodlar həmçinin ilk növbədə istehsal sistemlərinin (kompleks iş yerlərinin) tədqiqi (təhlili), konstruksiya (sintez) edilməsi və onlar arasında əlaqənin müəyyənləşdirilməsini təklif edir. Yüksək səmərəliliyi təmin edən sənaye injniringi aşağıdakıları nəzərdə tutur: istehsalın kompleks şərtlərini nəzərə almaqla əmək proseslərinin tədqiqi və əməyin səmərəli ödəniş sisteminin tətbiqi, işçilərin ixtisas səviyyəsinin daimi olaraq artırılması və s. Sənaye injniringinin əsas əhəmiyyəti iqtisadi və sosial məqsədlərin əldə edilməsinə imkan verən işçilərin ixtisas səviyyəsinin artırılması ilə sıx bağlıdır

ABŞ-da injniring anlayışı kommersiya mühəndis-məsləhət xidmətlərinin sferası kimi daha geniş mənada özündə aşağıdakıları birləşdirir: sahə tədqiqatı və texniki məlumatların yığılması, hesabat və məruzələrin hazırlanması, plan, çertyoj, layihə, torqların hazırlanması və keçirilməsi, kontraktların bağlanmasına kömək,

tikintinin yoxlanması, avadanlıqların qəbul üçün sınağı, yoxlanması, qiymətləndirilmənin keçirilməsi və s. xidmətlər.

Beləliklə, kommersiya sövdələşməsinin predmeti kimi injiniring, bir qayda olaraq, xarakter və miqyasından asılı olmayaraq hər hansı texniki layihənin, yeni obyektin tikintisi və ya onun modernləşdirilməsi, genişləndirilməsi, yenidən konstruksiya edilməsi və s. həyata keçirilməsilə bağlı alıcıya (müşəriyə) kapital qoyuluşlarının optimallaşdırılması üçün lazım olan müxtəlif növ məqsədyönlü MTX-lər kompleksidir.

Bu mənada MTX-lər çox vaxt injiniring xidmətləri kimi ümumi ad altında həyata keçirilir. İnjiniring xidmətləri beynəlxalq kommersiya əməliyyatlarının sərbəst növü olmaqla injiniring müqaviləsi əsasında həyata keçirilir. Müqavilədə tərəflərdən biri, adətən, məsləhətçi, digər tərəf isə sifarişçi adlanır. Beynəlxalq injiniring xidmətləri vasitəsilə obyektlərin layihələndirilməsi, tikinti və istismara verilməsi, sifarişçinin müəssisələrində yeni texnoloji proseslərin quraşdırılması, işlənməsi, mövcud texnoloji proseslərin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı, həmçinin məmumatın istehsalda tətbiqindən tutmuş, hətta məhsulun satışına qədər olan kompleks xidmətləri və ya mühəndis texniki xidmətlərin ayrı-ayrı növləri həyata keçirilir. Əgər injiniring müqaviləsində yeni obyektin tikintisi üçün lazım olan kompleks xidmət və göndərişlər nəzərdə tutulursa, onda belə MTX-lər **kompleks injiniring** adlanır. O özündə 4 növ MTX-ləri birləşdirir:

1. **Məsləhət injiniringi (consulting engineering):** obyektin layihələndirilməsi, tikinti planlarının işlənməsi və ümumiyyətlə işlərin aparılmasına nəzarət məqsədilə həyata keçirilən intellektual xidmətləri əhatə edir. İnjiniringin bu növü çərçivəsində iqtisadi tədqiqat aparılır, texniki-iqtisadi əsaslandırma tərtib edilir, yeni obyektlərin yaradılması üçün layihələrin, beynəlxalq torqların

texniki şərtlərinin işlənməsi, yeni əmtəələrin sınağı və ekspertizasının keçirilməsi, malgöndərənlərin seçilməsi zamanı sifarişçinin məsləhətləndirilməsi, hazır obyektin qəbulu və podratçıların kontrakt öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi proseslərinə nəzarət həyata keçirilir. Məsləhət injiniringi istənilən layihənin bütün mərhələlərini əhatə edə bilər və yaxud ayrıca bir konkret işlərlə məhdudlaşdırıla bilər (məsələn: investisiya qabağı tədqiqatların aparılması). “Açar altında” tipli obyektlərin tikintisi zamanı məsləhət injiniringi aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir.

- sifarişçinin obyektə olan son məqsədinin və tələbinin müəyyən edilməsi və təkliflərin qiymətləndirilməsi üçün məsləhətlərin verilməsi yolu ilə - ona köməklik göstərilməsi;

- tikintini həyata keçirən firma – subpodratçı qismində iştirak edərək, obyektin tikilməsinin bütün mərhələlərində məsuliyyətli məsləhətçi olmaq;

- obyektin tikintisi (əgər eyni zamanda tikinti injiniringi tətbiq edilərsə) və s.

Mühəndis-məsləhət firmaları obyektlərin işlənməsi zamanı müvəqqəti istifadə daxil olmaqla konsorsium inhisarçısı ola bilərlər.

Mühəndis-məsləhət xidmətləri texniki sənədlərin, tədqiqatların nəticələrinin, iqtisadi hesabatların, smetanın, tövsiyələrin təqdim edilməsi kimi təzahür edir.

2. Texnoloji injiniring (process engineering) sənaye obyektinin tikintisi və onun istismarı (istehsal təcrübəsi və biliklərinin verilməsi müqavilələri), enerji təchizatı, nəqliyyat və s. üzrə layihələrin işlənməsi üçün lazım olan texnika və texnologiyaların sifarişçiyə təqdim edilməsi xidmətlərindən ibarətdir. Texnoloji injiniring çərçivəsində dünya təcrübəsindən istifadə etməklə istehsal strukturunun təşkili və idarə edilməsi xidmətləri göstərilir. Texnoloji injiniring özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- planlaşdırma prinsiplərinin işlənməsi;
- marketing tədqiqatları bazasında istehsalın təkmilləşdirilməsi strukturunun optimallaşdırılması və s.

3. **Tikinti və ya ümumi injiniring (constructing engineering)** əsasən avadanlığın və texnikanın göndərilməsi və yaxud qurğuların sazlanması və həmçinin lazım gələrsə, mühəndis işlərindən ibarətdir. İnjiniringin bu növündə firma kompleks avadanlıqların göndərilməsi zamanı baş podratçı və malgöndərən rolunu yerinə yetirir. Mühəndis firmaları, adətən, avadanlıq və digər məhsulların istehsalçısı, tikinti və sənaye obyektlərinin tikintisi və yenidən qurulması kontraktlarını sifarişçi ilə bağlayır və onların yerinə yetirilməsinə məsuliyyət daşıyırlar. Buna baxmayaraq, bir çox hallarda, çox da böyük olmayan mühəndis firmaları sayı çox olmayan, ancaq yüksək ixtisaslı işçilərlə iri obyektlərin tikintisi müqaviləsini də bağlayırlar ki, bu da firmanın dövriyyə vəsaitlərinin dəyərini dəfələrlə ötür.

Bütün qeyd edilənləri yekunlaşdırsaq injiniring, o cümlədən beynəlxalq injiniring xidmətlərini ümumi halda iki qrupa da ayırmaq olar:

1. Layihə-tikinti, istehsal prosesinin hazırlanması ilə bağlı injiniring xidmətləri.

2. İstehsalın təşkili, məhsul buraxılışı, onun reallaşdırılması və s. ilə bağlı injiniring xidmətləri (idarəetmə, optimallaşdırma, satış və s.).

Birinci qrupun tərkibinə layihəqabağı, layihə, layihədən sonra, xüsusi xidmətlər daxildir. **Layihəqabağı xidmətlərə** bazarın öyrənilməsi, sahə tədqiqatlarının həyata keçirilməsi, faydalı qazıntıların kəşfiyyatı, regionların tikintisi və s. aiddir. **Layihə xidmətləri** baza və detal injiniringini əhatə edir. **Baza injiniringi** – ilkin tədqiqatların və layihələrin baş planının hazırlanması layihənin dəyərinin qiymətləndirilməsi və s.-ni özündə birləşdirir. **Detail injiniringi** –

son layihə üzrə təkliflərin verilməsi, işçi certyojların, texniki sənədlərin hazırlanması və s.-ni əhatə edir. **Layihədən sonrakı xidmətlər** özündə kontraktın hazırlanması, torqların təşkili, layihənin tətbiqi, sınaq – qəbul işlərinin həyata keçirilməsi, personalın hazırlanması, məhsul satışı üçün şərtlərin (şəraitin) yaradılması və s.-ni birləşdirir.

Xüsusi injiniring xidmətlərinə verilən obyektin yaradılması ilə bağlı konkret tələblər üzrə xidmətlər (iqtisadi tədqiqat, hüquqi qaydalar və s.) aiddir.

İstehsal prosesinin normal gedişinin təmini və məhsulun reallaşdırılması üzrə injiniring xidmətlərinə prosesin istismarının optimallaşdırılması, müəssisənin idarə edilməsi və onun məhsulunun reallaşdırılması ilə bağlı işlər daxildir. Bu qrupa istehsal prosesinin təşkili və idarə edilməsi, obyektin istismarı, maliyyə məsələlərində məsləhət və xidmət, məhsulun reallaşdırılmasının təmini və informasiya təminatı sisteminin tətbiqi üzrə xidmətlər aiddir.

Beynəlxalq injiniring xidmətlərinin təşkilinin əsasını sifarişçi və xarici injiniring firmaları arasında bağlanan kontraktla rəsmiləşdirilən **işlərin həyata keçirilməsinin sifariş metodu** təşkil edir. Mühəndis-məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi üçün tələb olunan beynəlxalq kontrakt müxtəlif cür rəsmiləşdirilir. Kontraktın növü sifarişçi tərəfindən layihənin həyata keçirilməsi üsulu və xarici injiniring firmalarının xarakterindən asılıdır.

Obyektlərin tikintisinin üç əsas metodu mövcuddur:

1. Birinci metod işlərin böyük hissəsinin (layihələndirmə, layihəyə rəhbərlik, bəzən obyektin tikintisi) sifarişçinin öz işçi personalı və ya yerli firmalar tərəfindən aparılmasını nəzərdə tutur. Bu halda xarici injiniring firması layihənin hazırlanması və yerinə yetirilməsi zamanı yalnız məsləhətçi qismində çıxış edə bilər və həmçinin nəzarətin və layihələr, podratçılar və digər tərəflərlə

danışıqların aparılması zamanı sifarişçinin nümayəndəsi ola bilər. Deməli, işlərin böyük hissəsinin sifarişçinin özünün yerinə yetirdiyi hallarda, xaricdən injiniring xidmətlərinin idxalı layihənin yalnız ayrı-ayrı mərhələlərinin yerinə yetirilməsilə bağlı problemlər üzrə məsləhət və mütəxəssislərin öyrədilməsilə məhdudlaşdırılır. Birinci metodla bağlı obyektlərin tikintisi kontraktı layihənin yerinə yetirilməsinə görə məsləhətçi firmanın məsuliyyət daşmadığını nəzərdə tutur.

2. İkinci metod layihələndirmə, tikintinin idarə edilməsi və bütövlükdə layihəyə rəhbərlik daxil olmaqla, layihə üzrə injiniring xidmətlərinin tam və ya böyük hissəsinin xarici injiniring firmaları tərəfindən yerinə yetirildiyini nəzərdə tutur. Obyektlərin tikintisinin ikinci metodu ilə bağlanan kontrakt bütöv injiniring müqaviləsi olmaqla, layihənin yerinə yetirilməsinə görə sifarişçinin əsas agent kimi injiniring firmalarının məsuliyyətini nəzərdə tutur.

3. Layihənin tikintisinin üçüncü metodu xarici podratçı ilə “açar altında” tipli kontraktın bağlanması və obyektin tikintisi üzrə işlər də daxil olmaqla, bütün kompleks işlərin yerinə yetirilməsinə görə onun məsuliyyəti öz üzərinə götürməsinə nəzərdə tutur. Bu halda injiniring xidmətləri ixtisaslaşdırılmış injiniring firmaları deyil, baş tikinti podratçısı tərəfindən təqdim edilir.

İnjiniring xidmətlərinin beynəlxalq ticarətində icraçı-firmanın seçilməsi birbaşa danışıqlar prosesində, ya da tenderlər – podrat torqların gedişində baş verir.

Beynəlxalq təcrübədə injiniring xidmətlərinin göstərilməsi çox hallarda sifarişçiyə patentləşdirilmiş texniki qərarın, texnoloji prosesin, NOW-HOW-nun istifadə hüququnun verilməsilə müşayiət olunur. Bu da öz növbəsində bəzən “injiniring xidmətləri” və “texnologiyaların verilməsi” anlayışlarının qarışdırılmasına səbəb olur. Həqiqətdə isə, injiniring xidmətləri – yeni texnologiyaların və digər biliklərin ötürülməsinin bir üsulu (formas) kimi çıxış edir və

xidmətlərin özü isə texnologiyadan fərqli olaraq əmtəə kimi təqdim olunur.

İnjiniring xidmətlərinin texnologiyaların ötürülməsilə müşayət olunduğu hallarda oxşar fəaliyyət qərb ölkələrində “**texniki dəstək**” anlayışı ilə təyin olunur. Texniki dəstək, bir qayda olaraq, baş podratçı və ya texnologiyanın sahibi, ya da məsləhətçi tərəfindən həyata keçirilir. Texniki dəstək kontraktı təkcə texnologiyanın ötürülməsi, onun istismarı, istifadəsi və təmirilə əlaqədar deyil, həm də məsləhətçinin tədris və sifarişçinin peşəkar mütəxəssislərinin hazırlanmasının təşkili və keçirilməsilə əlaqədar bağlana bilər (məsləhət injiniringi).

Müasir dövrdə məsləhət injiniringi beynəlxalq bazarlarda iri firmaların maşın və avadanlıqlarının irəlilədilməsində böyük rol oynayır. Son dövrlərdə beynəlxalq bazarlarda yeni xidmət növü – xarici injiniring firmalarının göstərdikləri reinjiniring xidmətləri meydana çıxmışdır.

Reinjiniring (ingiliscə: **Reengineering**) – rəqabət qabiliyyətini və maliyyə vəziyyətini yüksəltmək məqsədilə təsərrüfat subyektlərinin istehsal – ticarət və investisiya proseslərinin idarəetmə və təşkili sistemlərinin yenidən qurulması üzrə mühəndis-məsləhət xidmətləridir. Reinjiniringin iki növü vardır: böhran reinjiniringi və inkişaf reinjiniringi.

Böhran reinjiniringi təsərrüfat subyektinin böhran xarakterli problemlərinin həllinə istiqamətlənmişdir. Belə növ reinjiniring təsərrüfat subyektinin istehsal-ticarət və maliyyə-kommersiya fəaliyyətinin nəticələrinin azaldığı onun rəqabət qabiliyyətliliyinin kəskin sürətdə aşağı düşdüyü, iflasa uğramaq ənənəsi qeyd olunduğu və bu böhranların aradan qaldırılması üçün kompleks tədbirlərin lazım olduğu hallarda tətbiq olunur.

İnkişaf reinjiniringi istehsal-ticarət və investisiya proseslərinin

mövcud idarəetmə və təşkilati strukturu üzrə artıq mənfəətin əldə edilməsi ilə bağlı son həddi əldə etdikdə və inkişaf dinamikası aşağı düşdükdə, tətbiq edilir. Təsərrüfat subyektinin idarəetmə sisteminin reinjirinq bazasında yenidən təşkili prosesində biznes-prosesdən biznes-proses-reinjirinqə keçid baş verir.

Biznes-proses təsərrüfat prosesində idarəetmə personalının fəaliyyəti kimi başa düşülür. Qeyd etmək lazımdır ki, 1982-ci ildə BMT-nin ticarətin inkişafı komitəsində sənaye məhsullarının göndərilməsinin beynəlxalq müqavilələri üzrə ekspertlər qrupu tərəfindən hazırlanan məsləhət injinirinqi üçün, həmçinin bununla bağlı dəstəyin göstərilməsi üzrə beynəlxalq müqavilələrin tərtibi qaydaları sənədi hazırlanmışdır.

Injinirinqin inkişafı və onun beynəlxalq kommertiya əməliyyatlarının sərbəst növü kimi ayrılması bütün sənaye sahələrinə nüfuz edən ETT nəticəsində baş vermişdir. Bu xidmətlərin artımına digər tərəfdən texniki xidmətlərə olan böyük tələbat da təsir göstərmişdir. Bundan başqa, TMK-nın digər ölkələrin iqtisadiyyatına nüfuz etmək istəkləri və onların böyük elmi-texniki potensialı injinirinq xidmətlərinin inkişafına böyük təkan vermişdir. Nəhayət, beynəlxalq kommertiya fəaliyyətinin sərbəst sahəsi kimi injinirinqin ayrılması böyük dövriyyəyə malik iri mühəndis firmalarının yaranmasına səbəb olmuşdur.

Təcrübədə injinirinq xidmətlərinin göstərilməsinin həcm və xarakterindən asılı olaraq müqavilələrin müxtəlif növlərindən istifadə olunur. Mühəndis-texniki xidmətlər podrat müqaviləsi və ya tikintidə texniki dəstəyin göstərilməsi müqaviləsi əsasında həyata keçirilir. Bundan başqa, avadanlığın alqı-satqı kontraktı, əsas sazlama işlərinin yerinə yetirilməsi müqaviləsi və ya texniki köməyin göstərilməsi razılaşması imzalana bilər. Müxtəlif beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən işlənən ən geniş yayılmış nümunəvi

kontraktlar içərisində Mühəndis-məsləhətçilərin beynəlxalq federasiyası tərəfindən hazırlanan “Məsləhət injiniringi üzrə beynəlxalq kontraktların tərtibi üzrə rəhbərlik” və “Sifarişçi və mühəndis-məsləhətçilər arasında müqavilənin beynəlxalq ümumi şərtləri” xüsusi yer tutur. MTX-ləri, adətən, mühəndis məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi və mütəxəssislərin ezam olunması, həmçinin müxtəlif növ işlərin yerinə yetirilməsi kontraktda rəsmiləşdirilir. MTX-lər daha çox tikintiyə texniki xidmətlərin göstərilməsi üçün bağlanan müqavilə əsasında təqdim olunur. Əgər tikinti alıcının hesabına həyata keçirilərsə, onda satıcı tərəfindən təqdim edilən texniki xidmət və yaxud avadanlığın alqı-satqı kontraktında bu xidmətlərin siyahısı daxil edilməklə, ya avadanlığın saxlanması və ixrac göndərişi haqqında xüsusi razılaşmanın bağlanması yolu ilə, ya da avadanlığın alqı-satqı kontraktına texniki xidmətlərin göstərilməsi haqqında əlavəni təqdim etməklə, razılaşmanın bağlanması yolu ilə rəsmiləşdirilir.

Mühəndis texniki və məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi üçün milli assosiasiyalar, beynəlxalq federasiyalar beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən müxtəlif növ nümunəvi kontraktlar hazırlanmışdır.

Məsləhət-injiniring xidmətlərinin təqdim edilməsi haqqında beynəlxalq kontraktların məzmunu aşağıdakı kimidir:

1) Tərəflər – onların dəqiq, hüquqi statusu göstərilməklə müqaviləyə münasibəti bildirilməlidir.

2) Preambula – burada, bir qayda olaraq, tərəflərin məqsəd və maraqları əks olunur.

3) Müqavilənin predmeti və fəaliyyət sferası – layihənin xarakteri, miqyası, məqsədi və müqavilənin fəaliyyət sferasının müəyyən edilməsidir.

4) Məsləhət xidmətlərinin təqdim edilməsinin başlanğıc və son müddəti.

5) Məsləhətçinin hüquq və öhdəliklərinin verilməsi-məsləhətçi sifarişinin yazılı razılığı olmadan öz müqaviləsini başqasına verə bilməz.

6) Məsləhətçinin öhdəlikləri – bu bölmədə mühəndis-məsləhətçinin layihənin həyata keçirilməsinin müxtəlif mərhələlərində vəzifələri müəyyənləşdirilir. onun öhdəliklərinin siyahısı müqavilə ilə müəyyən olunur. Bu öhdəliklərə aiddir:

- ümumi layihələndirmə ilə əlaqədar ilkin texniki iqtisadi əsaslandırma və tədqiqatların həyata keçirilməsi;

- xərclər smetasının və çertyojlarının planlaşdırılması və hazırlanması;

- ilkin eskizlərin layihə sənədlərinin hazırlanması;

- obyektin tikintisi haqqında olan təkliflərin qiymətləndirilməsi;

- avadanlıqların hazırlanmasına nəzarət;

- meydana çıxacaq problemlərin sifarişçi ilə müzakirəsi;

- layihənin digər iştirakçılarının işinin koordinasiyası və s.

Kontraktın, adətən, sənədlərin sifarişçiyə verilməsi qaydaları da razılaşdırılır.

7) Sifarişçinin öhdəlikləri – onlar müqavilədə razılaşdırılır və özündə birləşdirir:

- məsləhətçiyə lazım olan sənəd, məlumat, sahə, avadanlıq, binaların və s. təqdim edilməsi;

- xüsusi xidmətlərin göstərilməsi;

- lazım gələrsə məsləhətçiyə bank zəmanətinin təqdim edilməsi və digər tələb edilən xidmətlərin göstərilməsi, ödənilməsi və s.

8) Tərəflərin müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi ilə bağlı məsuliyyətlər müəyyən olunur.

9) Forsmajor hallarının müəyyən edilməsi.

10) Məsləhətçinin mükafatlandırılması metodlarının hesablanması. Məsləhətçinin xidmətlərinin ödənilməsi, yerinə yetirilən işə

görə yaranan xərclərlə bağlıdır. Bu xərclər bir neçə metodla müəyyənləşdirilir: məs. vaxt metodu; tikilən obyektin dəyərindən müəyyən faizlə hesablanan metod; ilkin qonarar və s.

11) Vergi ödənişləri, gömrük rüsumları və s. yığımalar.

12) İntellektual mülkiyyət və patentləşdirilmiş informasiya-patent və lisenziyalar, ixtira və təkmilləşdirmələr, məxfilik, sığortalama və s.

13) Müqavilənin qüvvəyə minməsi. O, adətən, imzalandığı gündən qüvvəyə minir, ancaq tərəflər başqa şərtlərlə bunu əlavə razılaşıra bilərlər.

14) Müqavilənin fəaliyyətinin dayandırılması – müqaviləyə xitam verilməsi.

15) Texniki standartların tətbiqi.

16) Tətbiq edilən qanunlar və onlarla bağlı suallar.

9.3. Beynəlxalq injiniring əməliyyatlarının təşkilinin əsas formaları, əhəmiyyəti və mühəndis firmalarının növləri

Beynəlxalq injiniring, injiniring əməliyyatlarının təşkilinin təcrübəsi bu sahədə beynəlxalq əməkdaşlığın çoxlu sayda müxtəlif formalarını işləyib hazırlamışdır. Bu əməkdaşlıqla bağlı müxtəlif növ mühəndis firmaları da meydana gəlmişdir. Hal-hazırda injiniring tipli işləri yerinə yetirən minlərlə firma və təşkilatlar mövcuddur. Onlardan bəziləri çox dar sahələrdə ixtisaslaşaraq öz fəaliyyətini yalnız məsləhət işlərilə məhdudlaşdırır, yalnız bir çoxları müxtəlif profilli və həcmli işləri həyata keçirərək kompleks fəaliyyət göstərirlər.

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində ümumi istiqamət olaraq injiniring işlərini yerinə yetirən iki kateqoriyalı firmalar mövcuddur:

1) **İxtisaslaşdırılmış firmalar** – onların əsas fəaliyyət sferası mühəndis-texniki xidmətlərin göstərilməsidir.

2) Sənaye firmaları – onlar mühəndis xidmətlərini istehsal fəaliyyəti ilə uzlaşdıran firmalardır.

İxtisaslaşdırılmış injiniring firmaları öz növbəsində təqdim edilən xidmətlərin növündən asılı olaraq özləri də iki qrupa ayrılır: a) mühəndis-məsləhət firmaları; b) mühəndis-texniki firmaları.

Mühəndis-məsləhət firmaları məsləhət formasında texniki xidmət göstərirlər. Belə mühəndis firmaları daha çox saylı qruplarda birləşirlər ki, bu qruplara öz növbəsində mühəndis-məsləhət firmalarının beynəlxalq federasiyasına daxil olan assosiasiya və sahə birliklərində birləşən səhmdar cəmiyyət, yoldaşlıq və s. formalarda sərbəst firmalar daxildir. Onların xüsusi istehsal bazası olmur. Mühəndis-məsləhət firmaları özləri nə istehsalla, nə də tikinti ilə məşğul olurlar. Bu cür firmaların fəaliyyət sferası çox genişdir. Bura mülki tikinti, portlar, aeroportlar, nəqliyyat magistralları, şaxtalar, şəhər tikintisi və s. həmçinin, xüsusi texnoloji prosesləri olan texnoloji obyektlər aiddir. Mühəndis-tikinti firmaları, adətən, obyektin layihələndirilməsi, avadanlığın göndərilməsi, sazlanması, qoşulması, istismarı daxil olmaqla, kompleks mühəndis-texniki-məsləhət xidmətləri yerinə yetirir. Onlar çox vaxt baş podratçıl funksiyanı öz üzərinə götürürlər, maşınqayırma və tikinti kompaniyalarını isə bu zaman subpodratçı kimi işə cəlb edirlər.

İxtisaslaşdırılmış injiniring firmaları yerinə yetirdikləri təsərrüfat əlaqələrinin xarakterindən asılı olaraq sərbəst və yaxın sənaye kompaniyalarına ayrılırlar. **Sərbəst ixtisaslaşmış firmalar** sənaye firmaları ilə yaxın (qohum) münasibətlərə malik olurlar və təsərrüfat münasibətləri nöqtəyi-nəzərdən sərbəstdirlər, ancaq praktikada onların əksəriyyəti bir və ya bir neçə sənaye firmaları, onların filialları, agentləri ilə sıx əlaqədardır və onların maraqları çərçivəsində fəaliyyət göstərirlər.

Sənaye kompaniyaları injiniring xidmətləri göstərən firmaların

ikinci kateqoriyasına aiddirlər. Onlar özləri də, adətən, iki qrupa: layihəçi kompaniyalara və müəyyən sənaye sahələri üçün avadanlıq istehsal edən kompaniyalara – istehsalçı kompaniyalara ayrılır.

Layihəçi kompaniyalar öz xüsusi patentləri və NOW-HOW-ları əsasında yeni istehsalın yaradılması və yaxud genişləndirilməsi məqsədilə istehsal sirrlərini qorumağa can atmaqla texnoloji layihələndirməni yerinə yetirirlər. Bu zaman podratçılar yerdə qalan mühəndis-məsləhət xidmətlərinin yerinə yetirilməsini həyata keçirirlər.

Avadanlıq istehsal edən **istehsalçı kompaniyalar** üçün injiniring xidmətlərinin yerinə yetirilməsi əsas məhsul satışının artırılması vasitəsidir. Burada söhbət, bir qayda olaraq, iri qurğuların tikintisindən gedir.

İnjiniring xidmətləri göstərən mühəndis firmalarının digər adlarla formalaşmış aşağıdakı növlərini də fərqləndirirlər:

Mühəndis-tikinti firmaları – podrat işləri ilə bağlı xidmətlər, o cümlədən “açar altında” obyektlərin tikintisi ilə bağlı məsləhətləri həyata keçirirlər.

İdarəetmənin təşkili məsələləri üzrə məsləhət firmaları – rəhbərlik, təşkilati, istehsal, satış, kadr məsələlərilə bağlı problemlərin həlli istiqamətində məsləhətləri reallaşdırırlar.

Mühəndis-tədqiqat firmaları - yeni texnoloji proseslərin işlənməsi və yeni məhsulların yaradılması ilə bağlı xidmətlər göstərirlər.

Yuxarıda qeyd edilən bütün növ mühəndis firmaları ixtiraların istifadəsi və lisenziyaların alınması ilə bağlı bir-birilə sıx bağlıdırlar.

MTX-lərin göstərilməsi üçün TMK-lar özlərində **xüsusi konstruktör şöbələri** və yaxud **layihələndirmə büroları** yaradırlar. İri obyektlərin tikintisi üçün injiniring xidmətləri göstərən firmalar beynəlxalq əməkdaşlıq forması kimi çox vaxt **uzunmüddətli konsorsiumlar** yaradırlar. Onların tərkibinə həm milli, həm də xarici kompaniyalar daxildir. Belə konsorsiumları, adətən, iri banklar

maliyyələşdirir və konsorsium fəaliyyəti üçün məsuliyyət daşıyan baş podratçı ilə əlaqə yaradırlar.

İnjiniring firmalarının beynəlxalq əməkdaşlığının digər forması kimi **birgə törəmə firmalar** da çıxış edir. İnjiniring kompaniyalarının birgə törəmə firmalarının yaradılması prosesi həm ayrıca bir ölkənin daxilində, həm də beynəlxalq səviyyədə baş verə bilər.

Reinjiniring fəaliyyətini həyata keçirən mühəndis firmaların dörd növünü fərqləndirirlər:

1. Xarici məsləhətçi firmaları. Onlar ilk növbədə auditor xidmətləri, o cümlədən kompyuterlərin və öz proqram təminatlarının köməyi ilə informasiya axınlarının idarə edilməsi üzrə xidmətləri həyata keçirirlər.

2. Sistem inteqratorları kimi çıxış edən konsaltinq firmaları. Bu firmalar yalnız təsərrüfat subyektlərinin ən yüksək səviyyəsində işləyə bilərlər və uçot qaydaları və onların tətbiq texnologiyası məsələlərindən uzaqdırlar. Onların əsas vəzifəsi – xarici proqramların köməyi ilə optimal modellərin qurulması və sənəd dövriyyəsi sisteminin tətbiqidir. Belə firmalar maliyyənin idarə edilməsində təcrübəyə malik olurlar. Onlar layihə prinsipi üzrə işləyirlər.

3. Layihə firmaları - onlar ideal müəssisə layihələrini hazırlayır və optimal biznes layihələrini verirlər. Ancaq bu firmalar nə həmin layihələri bu layihəni həyata keçirə, nə də onların razılaşması üzrə tövsiyələri verə bilirlər.

4. Praktiki olaraq reinjiniringlə məşğul olan firmalar. Onların əsas vəzifəsi təsərrüfat subyektinin idarəetmə sisteminin yenidən təşkili layihəsinin nəticələrinin tez bir zamanda tətbiqidir. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq injiniringin inkişafına və bu istiqamətdə müxtəlif növ mühəndis firmalarının yaranmasına bir çox səbəblər təkan vermişdir:

1. Beynəlxalq ticarətin texniki və idarəetmə məsələlərinin həllini tələb edən mürəkkəb avadanlıqların daha çox kommersiya mübadiləsi tərəfə istiqamətlənməsi.

2. Sərbəst iqtisadi inkişafa daxil olan ölkələrin texniki xidmətlərə olan yüksək tələbi. Bu tələb yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsini və biliklərin reallaşdırılmasını zəruri edir.

3. TMK-nın öz törəmə firmaları vasitəsilə bu firmaların olduğu ölkələrdə iri miqyaslı layihələri həyata keçirməyə səy göstərmələri.

4. Geniş fəaliyyət sferalı böyük sayda firmaların yaranması və mühəndis firmalarının milli və beynəlxalq assosiasiyalarının yaranması.

5. Dövlətlərarası proqramlar əsasında sənayecə İEO-nun İEOÖ-lərə texniki köməyin göstərilməsi sahəsində daim artan təsirləri. Bu və ya digər səbəblər bundan sonra da beynəlxalq injiniringin inkişafına və onun həyata keçirilməsi formalarının təkmilləşməsinə təkan verəcəkdir.

X FƏSİL. BEYNƏLXALQ İSTEHSAL-TEXNİKİ ƏMƏKDAŞLIQ VƏ BEYNƏLXALQ İSTEHSAL KOOPERASIYASININ TƏŞKİLİ

10.1. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın zəruriliyi və növləri

Məlumdur ki, insan tələbatının ödənildiyi məhsullar demək olar ki, tam şəkildə maddi istehsalla birbaşa bağlıdır. Beynəlxalq əmək bölgüsünün (BƏB) inkişafı, dünya səviyyəsində baş verən bir çox qlobal proseslər, patent miqyaslı beynəlxalq iqtisadi proseslər, o cümlədən qloballaşma, transmilliləşmə, beynəlmilləşmə və s. proseslər iqtisad elminin baş paradoksuna uyğun olaraq məhdud resurslar şərtində cəmiyyətin daim artan tələbatlarının daha səmərəli ödənilməsilə bağlı yaranmış və qeyd edilənlərin əsasını da məhz maddi istehsalın təşkil etdiyini aydın dərk etmək olar. Bütün bunlarla əlaqədar olaraq, dünya ölkələrinin açıq iqtisadi sistemə keçidi və onların iqtisadiyyatının izolə edilmiş halda inkişafının qeyri-mümkünlüyü zərurətində dünya bazarlarında aktiv iştirak edən firmaların xarici-iqtisadi fəaliyyətinin əsas forması kimi bilavasitə maddi istehsalla bağlı olan beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın yaranması prosesləri intensivləşmişdir. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq dünya ölkələrinin müxtəlif kompaniyalarının, əsasən, aşağıdakı fəaliyyət sahələrini əhatə edir:

- istehsalın beynəlxalq kooperasiyası və ixtisaslaşması əsasında son məhsul istehsalının birgə təşkili;
- məhsulların yeni, müasir dövrün tələblərini ödəyən növlərinin buraxılışı üzrə birgə istehsal proqramlarının yerinə yetirilməsi;
- ixtisaslaşdırılmış fəaliyyət növlərinin birləşməsini zəruri edən iri miqyaslı sənaye obyektlərinin tikintisində birgə iştirak;

– elmi-texniki əməkdaşlıq və s.

Müasir dövrdə beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq cəmiyyətin sürətli inkişafı ilə əlaqədar obyektiv xarakter daşıyır və bu, firmalararası istehsal əlaqələrinin güclənməsi və həmçinin artması ilə müəyyən olunur. Bütün bunlar bir tərəfdən istehsal proseslərinin ixtisaslaşmasının dərinləşməsi və diversifikasiyası ilə, digər tərəfdən isə ETT-nin daim artan tempi və miqyası əvvəlcədən təyin olunan müəyyən xüsusiyyətlərə malik məhsulun yaradılması və texnologiyaların təkmilləşdirilməsi sahəsində ETTKİ-yə çəkilən xərclərin artması və s. ilə əlaqədardır.

Beləliklə, **beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq (əlaqələr)** dedikdə istehsal, elm və texnika sahəsində vahid-konkret məqsəd birliyi ilə müəyyən edilən müxtəlif ölkələrin sərbəst istehsalçıları arasında formalaşan və özünəməxsus hüquqi-təşkilati formaların tətbiqini tələb edən münasibətlər sistemi başa düşülür.

İstehsal-texniki əlaqələr istehsalın maddi-material nəticələrinin mübadiləsi formasında sərbəst istehsalçılar arasında formalaşan münasibətlərdir. **Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq (İTƏ)** isə istehsalın beynəlxalq əsaslarda ictimai xarakterinin meydana çıxmış xüsusi bir formasıdır. Beynəlxalq İTƏ iki və ya daha çox beynəlxalq firmalar arasına əlaqələrlə yanaşı, TMK-ın firmadaxili və firmalar arasına əlaqələrində də təzahür edir.

Müasir dövrdə TMK-lar qlobal miqyasda istehsalın mənfəətliyini təmin edən forma kimi istehsalın ixtisaslaşması və kooperasiyasından geniş istifadə edirlər. TMK-nın xarici filial və törəmə müəssisələrinin dünyanın əksər ölkələrində yerləşməsilə əlaqədar, onlar arasındakı istehsal əməkdaşlığı da beynəlxalq xarakterə malik olur. Beynəlxalq İTƏ-nin inkişafında BƏB-in böyük rolu vardır. Məhz, BƏB-in əsas iki forması olan: beynəlxalq ixtisaslaşma və beynəlxalq kooperasiyalaşma firmalararası İTƏ-nin əsas istiqamət-

lərinin müəyyən edilməsinə təkan vermişdir. BƏB bütövlükdə ayrı-ayrı ölkələrin, həmçinin konkret sərbəst istehsalçıların müəyyən sahələr üçün, beynəlxalq İTƏ-nin inkişafına böyük şərait yaratmışdır.

Beləliklə, beynəlxalq İTƏ-nin inkişafının əsas amillərindən aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- BƏB-in inkişafı;
- istehsal proseslərilə bağlı elmi tədqiqat və işləmələrə çəkilən böyük maliyyə xərcləri;
- məhsulun reallaşdırılması və istehsal proseslərinin mürəkkəbləşməsi və s.

Əlbəttə, müasir şəraitdə ayrı-ayrı istehsal firmaları çərçivəsində böyük həcmdə istehsalın cəmləşməsi onlar arasında İTƏ-lər olmadan, onların sonradan obyektiv inkişafı mümkün deyildir.

İTƏ-ləri elmi-texniki biliklərin (intellektual mülkiyyət obyektləri və nəticələri) mübadiləsi əməliyyatlarından və əmək məhsulu formasında təzahür edən digər məhsulların mübadiləsi xidmətlərindən fərqləndirmək lazımdır. İTƏ-yə “əlaqə” və ya “əməkdaşlıq” sözləri məhz istehsalçılar arasında olan qarşılıqlı əlaqələri müəyyən edir, bu əlaqələr isə müxtəlif subyektlər arasında olan razılaşmanı, koordinasiyanı, qarşılıqlı fəaliyyəti nəzərdə tutan təşkilati-hüquqi formaların tətbiqi nəticəsində müəyyən olunur. Bu əlaqələri əməkdaşlıq obyektindən, onun həyata keçirilməsinin təşkilati formalarından asılı olaraq təsnifləşdirmək olar. Beləliklə, beynəlxalq İTƏ-nin əsas növləri aşağıdakılardır:

1. İstehsal kooperasiyası.
2. Texniki əməkdaşlıq.
3. Elmi-texniki tədqiqat işlərinin - proqramlarının birgə həyata keçirilməsi.

Beynəlxalq İTƏ istehsalın beynəlmilləşməsi əsasında, onun meydana gəlməsinin ictimai xarakterinin xüsusi bir forması kimi

təzahür edir. Beynəlxalq miqyasda istehsalın ictimailəşməsinin əsas istiqamətlərindən birini də əvvəldə qeyd etdiyimiz BƏB təşkil edir. Son dövrlərə qədər müxtəlif ölkələrdən məhsul istehsalçıları olan müxtəlif növ firmaların fəaliyyətinin mübadiləsinin ən vacib forması kimi beynəlxalq ticarət çıxış edir. Belə olan halda, ölkədən kənara təkrar istehsalın yalnız son fazalara çıxı bilirdi. Hal-hazırda isə istehsalın bilavasitə fazalarının ölkədən xaricə daha çox və intensiv şəkildə çıxışı müşahidə olunur.

10.2. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın təşkili və onun əsas təşkilati-hüquqi formaları

Beynəlxalq İTƏ-nin konkret məqsədlərinin reallaşdırılması müəyyən təşkilati-hüquqi forma və metodların tətbiqini zəruri edir. Belə təşkilati-hüquqi formalara aiddir:

1. Sənaye əməkdaşlığı haqqında razılaşmalar. Onlar texniki biliklərin verilməsi və ya bunların mübadiləsi, istehsalın və işçi qüvvəsinin səmərəli istifadəsinin ən yaxşı şərtlərinin axtarışı, seriyalı istehsalın genişləndirilməsi, yeni satış-istehsal bazarlarının axtarışı, istehsal xərclərinin aşağı salınması və onun ixtisaslaşdırılması və s. məqsədlərin reallaşdırılması üçün bağlanılır. Çox vaxt bu razılaşmalarda tərəflər arasında əmtəə və xidmətlərin mübadiləsi, həmçinin sənaye əməkdaşlığı nəticəsində alınan məhsulun istifadəsi, digər göndəriş və ya xidmətlərin ödənişi təklif olunur.

Sənaye əməkdaşlığı, adətən, çox iri obyektlərin tikintisi ilə bağlı olduğu üçün bu əməkdaşlığın xarakteri firmalar arasında bağlanan müqavilənin fəaliyyət müddətilə müəyyən olunur. Belə müqavilənin müddəti sənaye obyektinin qəbulundan sonra da bir neçə il davam etməlidir ki, bu da əməkdaşlığın nəticələrinin reallaşmasına şərait yaradır. Bu səbəbdən də sənaye istehsal əməkdaşlığının fəaliyyət

dövrü, onun qüvvəyə minməsi, həmçinin onun uzadılması və ya ləğvi tərəflər arasındakı müqavilədə dəqiq göstərilməlidir. Bəzən tərəflər sənaye əməkdaşlığı haqqında müqavilənin son variantının qəbul edilməsindən qabaq, əməkdaşlığı müəyyən edən bütün şərtlər üzrə ilkin razılaşma və ya müqavilə də bağlaya bilərlər.

2. Firmaların birləşməsi - əməkdaşlıq birliklərinin yaradılması. Firmaların birləşməsi qarışıq kompaniyalar, sənaye konsorsiumları, assosiasiyaları və s. formalarda həyata keçirilə bilər. Məlumdur ki, firmalar təşkilati-hüquqi formalarından asılı olaraq, ümumi halda iki istiqamətə:

- hüquqi şəxs formasında birgə müəssisələrə (cəmiyyətə);
- hüquqi şəxs olmayan müqavilə birliyi kimi təzahür edən assosiasiyalara, konsorsiumlara və s. ayrılır.

Birgə müəssisələr beynəlxalq İTƏ-nin demək olar ki, bütün növlərinin reallaşdırılması üçün vacib və geniş yayılmış birgə əməkdaşlıq formasıdır. Onlar iki və ya bir neçə ölkəyə məxsus sahibkarların, yaxud firmaların kapitallarının maliyyə vəsaitlərinin birləşdirilməsi yolu ilə yaradılır. Belə birlik kompaniyaları kapitalla görə qarışıq və fəaliyyət xarakterinə görə birgə kompaniyalar adlanır. Ona görə də onların adları çox vaxt müxtəlif cür səslənir: qarışıq və ya birgə kompaniyalar. Daha çox hallarda isə onlar sadəcə birgə müəssisə və ya kompaniyalar adlandırılır. Birgə müəssisələr (firma) təsisçilərin hər hansı birinin ölkəsində oradakı qanunvericilik əsasında qeydə alınır ki, bu da həmin firmanın milliliyini və ştab-mənzilinin harda yerləşdiyini müəyyənləşdirir.

Birgə kompaniyaların yaradılması formalarına aiddir:

- öz sərbəst təsərrüfat fəaliyyətini saxlamaqla, firmaların səhmlərinin mübadiləsi;
- müəyyən münasibətlərdə və ya paritet əsasında təsisçilər arasında səhmdar kapitalın paylanması (qeydiyyat ölkəsinin

qanunvericiliyinə əsasən);

– nəzarətə imkan verməyən milli firmanın səhm paketi payının xarici kompaniya tərəfindən əldə edilməsi və s.

Beynəlxalq İTƏ-də birgə müəssisələrin yaradılması bir çox məqsədlərə xidmət edir. Ancaq, əlbəttə, hər şeydən əvvəl, onun yaradılmasının konkret məqsədləri və müəyyən stimullaşdırıcı motivləri mövcud olmalıdır. Belə məqsədlərdən aşağıdakıları qeyd etmək olar:

– istehsalın ixtisaslaşması və kooperasiyası haqda razılışamanın reallaşdırılması;

– iri miqyaslı sənaye və digər təyinatlı obyektlərin, xüsusilə mürəkkəb və bahalı avadanlıq tələb edən obyektlərin tikintisi;

– iri miqyaslı istehsalla reallaşdırıla bilən böyük kapital qoyuluşları;

– yeni növ məhsulların istehsalının təşkili;

– elmi-texniki əməkdaşlıq və s.

Assosiasiyalar – müəyyən məqsədli sövdələşməni yerinə yetirmək üçün iki və ya bir neçə firmaların müqavilə əsasında yaratdıqları birlik formasıdır. Onun əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, razılaşan tərəflər tələb olunan birgə kapitalın müəyyən hissələrini qoyurlar, hər bir firma isə öz kapital qoyuluşuna mütənasib olaraq sövdələşmənin nəticəsindən istifadə edir. Bundan başqa, assosiasiya müqaviləsinin əsas şərti onunla bağlıdır ki, həyata keçirilən sövdələşmə üzrə məsuliyyəti assosiasiyanın özü deyil, assosiasiya iştirakçıları daşıyır.

Konsorsiumlar - hüquqi və təsərrüfat nöqtəyi-nəzərindən məhdud saylı sərbəst firmaların müqavilə əsasında müəyyən müddətə (bu müddət layihənin yerinə yetirilməsindən sonra da uzadıla bilər) iştirakçılar tərəfindən təyin edilən son nəticələrin əldə edilməsi üçün iri firmaların fəaliyyətinin koordinasiyası məqsədilə müvəqqəti

yaradılan birlikdir. Müasir dövrdə konsorsiumlar bir ölkənin və ya bir və ya iki-üç kompaniyanın gücü ilə yerinə yetirilə bilməyən, müəyyən sayda tərəfdaşların (iri firmaların) maliyyə, texniki və digər səbəbərə görə birləşməsini tələb edən iri miqyaslı layihələrin reallaşdırılması üçün yaradılır. (Məsələn: Azərbaycanda “əsrin müqaviləsi” kimi böyük neft layihəsini reallaşdırmaq üçün dünyanın böyük TMK və firmalarının konsorsiumu olan Azərbaycan Beynəlxalq əməliyyat şirkətinin yaradılması). Konsorsium hüquq şəxs olmadan fəaliyyət göstərir, ona daxil olan firmalar öz maliyyə-təsərrüfat sərbəstliyini saxlayırlar. İştirakçıların razılığı ilə konsorsiumda maliyyə və iqtisadi baxımdan güclü olan baş lider – aparıcı kompaniya müəyyən oluna bilər. Konsorsium iştirakçıları arasında münasibətlər konsorsium müqaviləsində qeyd olan öhdəlik və məsuliyyətlərə uyğun qurulur.

Konsorsiumdakı baş kompaniya konsorsiuma rəhbərliyi həyata keçirir, hər hansı üçüncü tərəflə münasibətdə öz üzvlərinin marağını qoruyur, tələb edilən sənədləri hazırlayır və bir çox məsuliyyətli işləri həyata keçirir. Konsorsium sifarişçi qarşısında yerinə yetirilən işə görə məsuliyyət daşıyır, eyni zamanda hər bir iştirakçı firmanın konkret məsuliyyəti də müəyyənləşir. Konsorsiumun iştirakçıları təkcə iri istehsalçı firmalar deyil, həm də injiniring, ticarət, maliyyə və sığorta kompaniyaları ola bilər. Bundan başqa, konsorsium çox vaxt iştirakçı firmaların elmi-tədqiqat, layihə-konstruktor, istehsal, texnoloji, kadr, informasiya və digər imkanlarının birliyini nəzərdə tutur. Bu da qarşıya qoyulan ümumi məqsədin reallaşdırılmasına xidmət edir. Konkret obyektin tikintisi üzrə öhdəliklər yerinə yetirildikdən sonra (müqavilədə göstərilən müddətə uyğun olaraq) konsorsium, adətən, fəaliyyətini dayandırır və yaxud iştirakçıların razılığı ilə fəaliyyət müddətini artırır.

3. Əməkdaşlıq edən firmaların fəaliyyətlərini koordinasiyası,

razılaşdırılması, məsləhətləşdirilməsi məqsədilə yaradılan **ixtisaslaşdırılmış orqanlar**. Bir qayda olaraq, beynəlxalq İTƏ-də ixtisaslaşdırılmış orqanlar, əsasən, tərəfdaş firmalar arasında koordinasiya fəaliyyətini həyata keçirmək üçün yaradılır. Onlar paritet başlanğıc əsasında komiteə formasında və ya əməkdaşlığı həyata keçirmək üçün maliyyə vəsaitinə malik olan cəmiyyət statuslu qrup şəklində yaradılır. Bəzən də əməkdaş firmaların fəaliyyətinin razılaşdırılması üçün uyğun firmaların kompetent orqanlarının yığınağından istifadə olunur. İxtisaslaşdırılmış orqanların təşkilati formasının seçilməsi müxtəlif vəziyyətlərdən: əməliyyatların miqyası və məqsədlərindən, tərəfdaşların fəaliyyət xarakterindən, əməliyyatın maliyyələşdirilmə şərtlərindən və s. asılıdır.

10.3. Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlığın inkişaf ənənələri, beynəlxalq elmi-texniki kooperasiyanın əsas istiqamət və növləri

Beynəlxalq istehsal-texniki əməkdaşlıq və onunla sıx bağlı olan elmi-texniki biliklərin - intellektual mülkiyyət obyektlərinin ticarəti müasir dövrdə müxtəlif ölkələrin firmalarının arasındakı beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin daha çox intensiv artan sferasına çevrilmiş və onlar bu əlaqələrin strukturuna, həcminə, inkişafına əhmiyyətli dərəcədə təsir etmişlər.

Müasir şəraitdə beynəlxalq İTƏ-nin aşağıda qeyd edilən xarakterik xüsusiyyətləri və inkişaf ənənələri vardır:

1. Beynəlxalq İTƏ-nin əsas xüsusiyyəti onun kompleks xarakterli olmasıdır ki, bu da belə əlaqələrin qarşılıqlı şərtləndirilməsində və qarşılıqlı təsirində özünü göstərir. Qarşılıqlı təsir onunla meydana çıxır ki, xarici ticarət mübadiləsi, xüsusilə texniki cəhətdən mürəkəb məhsulun mübadiləsi, bir qayda olaraq, istehsal prosesində istehsal əməkdaşlığı və kooperasiyalaşdırma, məhsulun işlənməsi

mərhələsində elmi-texniki əməkdaşlıq, həmçinin obyektin sazlaşdırma və istismara buraxılış və istismar mərhələsində texniki xidmətlərin göstərilməsilə tamamlanır.

2. Beynəlxalq İTƏ-nin ikinci əsas xüsusiyyəti odur ki, dünya bazarlarında beynəlxalq kommersiya əməliyyatlarının (o cümlədən istehsal-texniki əlaqələrlə bağlı) miqdarı, mürəkkəbliyi, tezliyi və müxtəliflik səviyyəsi artmışdır. Firmalararası beynəlxalq əlaqələrin inkişafı, onların ixtisaslaşması və kooperasiyalaşması nəticəsində məhsulun mürəkkəbləşdirilməsi, onun çox sürətlə yeniləndirilməsi və tez-tez dəyişdirilməsi, məhsulun çeşidlərinin qısa zamanda genişləndirilməsi, xammal və materialların emalı dərəcəsinin yüksəlməsi, aralıq məhsullarının (tərkib hissələri və detallar) göndərilməsinin genişlənməsi imkanları yaranmışdır.

3. Beynəlxalq İTƏ-nin növbəti xüsusiyyəti bilavasitə istehsal əlaqələrinin qurulması, kooperasiya formasında malgöndərmələrin artımı, materialların işlənməsi və göndərilməsinin uzunmüddətli kontraktların bağlanması və s. hesabına müxtəlif ölkələrin firmaları arasındakı iqtisadi münasibətlərin razılaşdırılmış xarakterdə olmasıdır. Hərçənd, bu proses dünya bazarlarında təsir sferasından kənarda mübarizə aparən iri TMK-nın hegemonluğunun artması və fikir ayrılıqlarının güclənməsilə müşayiət olunur.

4. Beynəlxalq İTƏ-də TMK-nın böyük rolu ilə bağlı olaraq bir xüsusiyyəti də qeyd etmək lazımdır. Belə ki, təsərrüfat fəaliyyətinin, xüsusilə istehsalın ixtisaslaşması və kooperasiyalaşması sahəsində beynəlmilləşməyə olan əhəmiyyət TMK-nın istehsal-texniki əlaqələrinin artımının əsas şərtlərindən biridir.

5. Beynəlxalq İTƏ-nin əsas xüsusiyyətlərindən və inkişaf əhəmiyyətlərindən biri də budur ki, İEOÖ-də istehsal müəssisələrinin birgə tikilməsi əhəmiyyəti genişlənməmişdir. Bu əhəmiyyət kompaniyaların istehsalın rentabelliyyətinin artırılması və məhsulun maya dəyərinin aşağı

salınması üçün öz istehsallarını İEOÖ-dən olan ucuz və stabil xammal mənbələrilə təmin etməyə səy göstərmələrilə bağlı yaranmışdır. TMK-lar üçün isə bu, dünya miqyasında onların iqtisadi və siyasi təsirlərinin genişlənməsinə gətirib çıxarır ki, bu təsirlər də öz növbəsində dövlət tərəfindən müxtəlif maliyyə və təşkilati xarakterli tədbirlərlə mükafatlandırılır.

Beynəlxalq İTƏ-dəki müasir inkişaf ənənələrindən onu da qeyd etmək olar ki, firmalar qiymətlərin əmələ gəlməsi, istehsalın həcmi, satış bazarlarının xammal mərhələlərinin, təsir sferalarının bölüşdürülməsini razılaşdırılmış siyasətlə və danışıqlarla birlikdə həyata keçirməyə çalışırlar.

Xarici firmaların beynəlxalq İTƏ-də ən vacib əməkdaşlıq sferalarından biri də birgə elmi-tədqiqat işlərinin həyata keçirilməsidir. Çünki, yeni mürəkkəb məhsulun, obyektin buraxılışı elmi-tədqiqat işlərinin həyata keçirilməsini zəruri edir. Həm də ETTKİ-yə çəkilən xərclər böyük maliyyə vəsaitləri tələb etdiyi üçün belə bir əməkdaşlıq sferası da zərurətə çevrilmişdir. Bu zərurət də öz növbəsində beynəlxalq İTƏ-nin daha bir istiqamətinin – **beynəlxalq elmi-texniki kooperasiyasının** yaranmasına təkan vermişdir. Onun əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

- fundamental tədqiqatlar;
- tətbiqi tədqiqatlar;
- texniki işləmələr (təcrübi-konstruktor, texnoloji, layihə, təşkilati və s.) və təcrübi istehsal;
- yeni texniki və iqtisadi tətbiq sahələrinin ilkin mənimsənilməsi;
- yeniliklərin yayılması və s.

Elmi-texniki kooperasiyanın növlərini firmalararası əməkdaşlığın məqsəd və vəzifələrindən asılı olaraq aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar:

- yeni növ məmulat və texnoloji proseslərin yaradılması və birgə işlənməsi;
- texnoloji və istehsal problemlərinin birgə həlli;
- qismən və ya tam dövlət vəsaitləri hesabına maliyyələşdirilən iri elmi texniki proqramların və layihələrin birgə həyata keçirilməsi;
- yeni və qabaqcıl elmi-informasiya və elmi-texniki biliklərin mübadiləsi və s.

Müxtəlif ölkələrin firmalarının elmi-texniki kooperasiyasının reallaşdırılmasının müxtəlif təşkilati formaları mövcuddur:

1. **Beynəlxalq konsorsium** - elmi-texniki kooperasiyanın ən geniş yayılmış təşkilati forması olmaqla, çox hallarda dövlət təşkilatlarının iştirakını da nəzərdə tutmaqla böyük layihələrin, iri həcmli elmi-texniki işləmələrin həyata keçirilməsi məqsədilə yaradılır (məsələn, “Aerobus”, “Konkord”, “Erbas indastriz” və s.). Beynəlxalq konsorsiumlar daha çox aviakosmos, avianaviqasiya, təyyarəqayırma, elektron-hesablama texnikası və s. kimi mürəkkəb sahələrdə yaranır.

2. **Firmalararası elmi-tədqiqat birlikləri.**

3. **Birgə elmi-tədqiqat mərkəzləri.** Onlar da beynəlxalq səviyyədə aktiv əməkdaşlığı həyata keçirərək, ölkələr və firmalararası elmi-texniki istehsal kooperasiyanın inkişafında vacib rol oynayırlar.

10.4. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası müasir dövrün zəruri inkişaf istiqaməti kimi

Hal-hazırda praktiki olaraq dünyanın bütün iri yüksək texnologiya istehsalçıları öz məhsullarını tam mənada öz istehsal güclərilə istehsal etmirlər. Onlar daha çox sifarişlər üzrə işlərə üstünlük verirlər və öz istehsal sifarişlərini xaricdə həyata keçirirlər. Məhz elə

onların da məhsulları lider məhsul satışları statusuna malikdir. **Beynəlxalq istehsal kooperasiyası mexanizminin** istifadəsi ABŞ, Yaponiya, İtaliya, Fransa, Türkiyə və s. kimi ölkələrin yüksək sənaye artımının ən əsas səbəblərindən biridir.

Beynəlxalq istehsal kooperasiyası təcrübəsinin tətbiqi bir-birilə əlaqədar olan aşağıdakı suallara cavab tapmağa imkan verir:

– Firma hansı istehsalı saxlamalı və gücləndirməli, hansılardan isə imtina etməlidir?

– Malgöndərənləri necə tapmalı?

– Tərəfdaşlarla qarşılıqlı əlaqə sistemini necə təşkil etməli?

– Verilən və tələb edilən keyfiyyət.

Müasir dövrdə kompaniyalar özlərinin üstün inkişaf istiqamətinin səmərəli imkanlarını əldə etmək üçün kadr və maliyyə resurslarına qənaət etməklə, mənfəətli olmayan ayrı-ayrı istehsal sahələrinin fəaliyyətini dayandırır. Deməli, kompaniyanın fəaliyyətinin yüksək gəlir əldə etməyə imkan verən prioritet istiqamətlərində maliyyənin və idarəetmə resurslarının konsentrasiyası (toplanması) hesabına yüksək tələbata uyğun məhsulun keyfiyyətinin artırılmasına nail olmaq olur. Bu da öz növbəsində əlavə satış və mənfəət əldə etməyə şərait yaradır.

Bundan başqa, istisaslaşdırılmış kompaniya istənilən sahə firmasından qabaq yeni texnologiya və işləmələrlə tanış olmaq imkanına malikdir. Kooperasiya üstünlüklərindən istifadə etməklə kompaniyalar vaxt və resurslar sərf etmədən, qabaqcıl texnologiyanı alırlar. Bu da firmalara xarici kompaniyalarla öz əsas vəsait və mövcud resurslarını uzlaşdırmağa və inkişaf etdirməyə imkan verir.

Beləliklə, beynəlxalq kooperasiyanın inkişafının zəruriliyi, hər şeydən əvvəl, böyük maliyyə resursları tələb edən yeni məhsul buraxılışının kapital tutumunun stabil yüksəlməsi ənənəsi, beynəlxalq bazarlarda rəqabətin kəskinləşməsi, hazır məhsullara nisbətən

komplektləşdirici məmulatlar üçün gömrük maneələrinin aşağı olması, kiçik innovasiya biznesinin rolunun güclənməsi, beynəlxalq strateji alyansların sayının artması və s. ilə izah olunur. Milli firmaların beynəlxalq istehsal kooperasiyası fəaliyyətində lazımi səviyyədə iştirak etməməsi, İEO-nün yüksək istehsal təcrübələrindən istifadə etməməsi, onların müasir dövrün tələblərinə cavab verə bilən məhsul istehsal etmək imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə azaldır.

Beynəlxalq istehsal kooperasiyası sahəsində İEO-nün təcrübəsinin öyrənilməsi istehsal sahələrində beynəlxalq kooperasiyaya daxil olmanın konkret motivlərini, yüksək texnologiyalar dairəsində beynəlxalq kooperasiyasının inkişafına dövlət təsiri və ya dəstəyi metodlarını daha ətraflı təhlil etməyə imkan verir. Nəticədə, ölkədə beynəlxalq istehsal kooperasiyasının inkişafının məqsədli olması haqqında səmərəli, real fikirlər əldə etmək olar. Azərbaycanda da beynəlxalq istehsal kooperasiyasının kifayət qədər inkişaf etməməsi, xarici istehsal təcrübəsindən tam mənada – lazımi səviyyədə yararlanmamaq ölkə məhsullarının keyfiyyətinə, rəqabətliyinə və xərclərinə böyük təsir edir.

Bununla əlaqədar olaraq milli firmaların xarici kompaniyalarla qarşılıqlı əlaqəsinin qurulması, beynəlxalq istehsal kooperasiyasının tətbiqi formaları üzrə tövsiyələrin hazırlanması və s. ilə bağlı aşağıdakı məsələ və problemlərin həll edilməsi məqsədəuyğun olardı:

1. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının müasir inkişafının əsas əhəmiyyətli məqamlarını müəyyənləşdirmək;
2. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının müasir formalarının xüsusiyyətlərini açmaq;
3. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının əsas iqtisadi və inzibati tənzimləmə metodlarını aşkar edərək, milli zərurilik baxımından sistemləşdirmək;

4. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının fəaliyyətinə intensiv daxil olmanı təmin etmək üçün prioritet istehsal sahələrini müəyyənləşdirilmək;

5. Dünya və milli ölkə istehsal kooperasiyası təcrübəsinin müqayisəli təhlilini həyata keçirilmək;

6. Milli istehsal sahələri üçün beynəlxalq istehsal kooperasiyasının motivlərini, nəticələrini və s. təhlil etmək;

7. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası əlaqələrinin dayanıqlıq faktorlarını təyin etmək;

8. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası haqqında qərarların əsaslandırılması metodikasını işlənmək.

9. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının tənzimlənməsinin dövlət siyasəti konsepsiyasını işlənmək və s.

Ümumiyyətlə, beynəlxalq istehsal kooperasiyasının mahiyyətinin və məzmununun düzgün aydınlaşdırılması bu istiqamətdə aktiv fəaliyyətə təkan verə bilər. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası anlayışını geniş mənada izah etsək, aşağıdakıları qeyd edə bilərik. Deməli, **beynəlxalq istehsal kooperasiyası** dedikdə aşağıdakı qeyd edilən prinsiplərə əməl etməklə, müxtəlif ölkələrin sərbəst istehsalçıları tərəfindən ciddi təyinat ünvanı olan məhsulun ayrı-ayrı növlərinin və son məhsulun tərkib elementlərinin yaradılması (istehsalı) məqsədilə onların müqavilə əsasında həyata keçirilən birgə fəaliyyəti başa düşülür. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası fəaliyyətinin qurulması zamanı əməl edilməsi tələb edilən prinsiplərə aiddir:

- birgə fəaliyyət şərtlərinin ilkin razılaşdırılması;
- birgə fəaliyyət müqaviləsinin müddətliliyi;
- firmalararası və ya tərəfdaşlar arasındakı iqtisadi münasibətlərin müntəzəmliyi;

- əməkdaşlığın əsas metodu qismində müəyyən qarşılıqlı razılaşdırılmış mühitdə müxtəlif ölkələrdən olan firmaların – tərəf-

daşların təsərrüfat fəaliyyətinin koordinasiyası;

- kooperasiya obyektini kimi hazır məhsulun, məmulatın tərkib hissələrinin və uyğun texnologiyanın tərəflər arasında bağlanan müqavilədə dəqiq göstərilməsi;

- razılaşdırılmış müqavilə və ya proqram çərçivəsində kooperantlar arasında tapşırıqların bölüşdürülməsi və kooperasiya razılaşmasının əsas məqsədlərinə uyğun olaraq, onların istehsal ixtisaslaşmasının düzgün müəyyənəndirilməsi və həyata keçirilməsi;

- kooperasiya çərçivəsində istehsal proqramının reallaşdırılması məqsədilə tərəfdaşlar tərəfdən həyata keçirilən qarşılıqlı və ya birtərəfli mal göndərmələr haqqındaki birbaşa əlaqələrin razılaşdırılması və s.

Çoxlu sayda şərtlərdən və şəraitdən asılı olaraq beynəlxalq kooperasiya razılaşmasının iştirakçılarını birləşməyə sövq edən müxtəlif motivlər mövcuddur. Buna baxmayaraq, firmaları beynəlxalq istehsal kooperasiyası münasibətlərinə daxil olmağa obyektiv stimullər verən konkret şərtlər içərisində dövrün zəruri inkişaf tələbatını kimi aşağıdakı bir neçə dominant inkişaf strategiyası əsas hesab edilir:

- mövcud istehsalın səmərəlilik səviyyəsinin artırılması strategiyası;

- əməliyyatların – fəaliyyətin genişləndirilməsi;

- yeni məhsulun istehsalında risklərin azaldılması strategiyası;

- xaricdən cəlb edilən investisiya, texnologiya və mütəxəssislər hesabına ayrı-ayrı sahə və ya sferaların inkişafı və s.

Əlbəttə, beynəlxalq istehsal kooperasiyası çərçivəsində xarici tərəfdaşla öz fəaliyyətini koordinasiya edən firma bir sıra üstünlüklərə, o cümlədən məhsuldarlığın artmasına, kapital və maliyyə xərclərinin aşağı salınmasına, istehsalın və mütəxəssislərin hazırlanması müddətinin azalmasına və nəhayət buraxılan məhsuldan tələb edilən yüksək keyfiyyətin əldə edilməsinə nail olur.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, kooperasiya bazası əsasında istehsal-texniki əməkdaşlıq haqqında razılaşma və onun həyata keçirilməsi, öz xüsusi qüvvələri hesabına yeni məhsulun istehsalının təşkili ilə müqayisədə, istehsalın hazırlanması müddətini təxminən 14-20 ay azaltmağa imkan verir. Bundan başqa, yeni texnologiyanın mənimsənilməsi dəyəri kooperasiya hesabına təxminən 50-70% azalır ki, bütün bunlar qısa müddətdə yüksək keyfiyyətli və mənfəətli məhsul buraxılmasına imkan yaradır. Bu zaman həm də, qabaqcıl xarici elmi nailiyyətlər bazasında yeni texniki və idarəetmə qərarlarına söykənməklə qənaətə, istehsalın həcmi artırmağa, gömrük məhdudiyyətlərini aradan qaldırmağa, ETTKİ-yə sərf olunan xərcləri azaltmağa, əmək, nəqliyyat və s. xərclərə qənaət etməyə şərait yaranır. Nəticədə, beynəlxalq istehsal kooperasiyası müxtəlif istehsal resurslarında mobil, uzunmüddətli və kompleks istifadə imkanlarını genişləndirir.

Dünyada baş verən bir çox proseslər, sürətli inkişaf, müxtəlif qlobal maraqlar, beynəlxalq kooperasiyanın inkişafına da ciddi təsirlər göstərmişdir. Yeni sənaye ölkələri ilə İEO arasında həyata keçirilən beynəlxalq istehsal kooperasiyası daha çox elmi-texniki əməkdaşlıq xarakteri kəsb edərək mahiyyətə elmi-texniki kooperasiyaya çevrilmişdir. İEO-lər İEOÖ-də hazır məmulatların yığılmasına daha çox üstünlük verirlər. Müasir dövrün obyektiv tələbatlarına uyğun olaraq beynəlxalq istehsal kooperasiyasının təşkili, idarəedilməsi və həyata keçirilməsi formalarında əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verməkdədir. Beynəlxalq istehsal kooperasiyası firmalararası əməkdaşlığa təsir göstərən, onu istiqamətləndirən və tənzimləyən dövlət, xüsusi, milli və beynəlxalq institusional strukturlardan güclü dəstək əldə edir, müxtəlif kompaniyalarla yanaşı, vençur kiçik bizneslə əlaqələr qurur, beynəlxalq standartlar əsasında istehsal edilən məhsul, komplektləşdirici məmulat və aralıq məhsullarının

həcmi daha da genişləndirir.

10.5. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının xüsusiyyət, növ, forma və metodları

Beynəlxalq istehsal kooperasiyası (BİK) xarici firmaların beynəlxalq istehsal texniki əlaqələrinin ən geniş yayılmış növlərindən hesab edilir. BİK-nin xarici iqtisadi fəaliyyət olaraq, mahiyyəti ondadır ki, bu halda müxtəlif ölkələrin sərbəst istehsalçıları (birlik kompaniyaları, qeyri birliklər və s.) müqavilə əsasında birgə fəaliyyətin həyata keçirilməsi nəticəsində son məhsulun istehsalı üçün tərkib elementləri kimi təyin olunan aralıq məhsulun ayrı-ayrı növlərinin və həmçinin ciddi təyinat ünvanı olan son məhsulun yaradılması prosesi baş verir. BİK-in zəruriliyi dünya əmtəə dövriyyəsinə aralıq məhsulların (komplektləşdiricilər, hissələr, qurğular və s.) xüsusi çəkisinin və miqyasının dinamik olaraq artması ilə müəyyən olunur. BİK-in ən vacib xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, birgə fəaliyyətin əvvəlcədən razılaşdırılması nəticəsində bu əməkdaşlığın iştirakçıları – tərəfdaşlar öz istehsallarını aşağıdakı əsas fəaliyyət istiqamətlərində həyata keçirirlər:

- istehsal güclərini yenidən qurur və ya yenilərini mənimsəyirlər;
- istehsalın qarşılıqlı ixtisaslaşması proseslərini dərinləşdirirlər;
- tərəfdaşlardan biri və ya bir neçəsinin yeni texnologiyasını qarşılıqlı əməkdaşlıq çərçivəsində uzlaşdıraraq tətbiq edirlər və s.

İştirakçılar - tərəfdaşlar arasında istehsal kooperasiyasının qurulması nəticəsində məhz ümumi məqsədə xidmət edən vahid razılaşdırılmış texniki tələb, sənəd və s., həmçinin müxtəlif tədbirlər həyata keçirilir. BİK-nin digər vacib xüsusiyyəti odur ki, tərəfdaşlar arasındakı münasibətlər uzunmüddətli, stabil və müntəzəmdir. Bu isə

öz növbəsində kooperantlar arasında sıx, qarşılıqlı, dayanıqlı texnoloji və istehsal əlaqələrinin yaranmasına gətirib çıxarır.

BİK-nin nəzərəçarpan xüsusiyyətlərindən biri də tərəfdaşlar arasındakı əlaqələrin müxtəlif sosial-iqtisadi xarakterdə olmasıdır. Nəhayət, BİK-nin bir əsas xüsusiyyəti də odur ki, kooperantlar son məhsulun reallaşdırılmasını da öz aralarında qarşılıqlı surətdə razılaşdırırlar. Bütün növ xarici iqtisadi fəaliyyətin, o cümlədən BİK-nin əsasında və inkişafında dünya üzrə istehsal qüvvələrinin tarixi-ənənəvi paylanması kimi təzahür edən BƏB durur. Məlum olduğu kimi, BƏB-nin sahədaxili, sahələrarası və dövlətlərarası formaları mövcuddur ki, onlardan da BİK-nin təşkilində geniş istifadə olunur.

Son dövrlərdə ETT nəticəsində BƏB prosesləri güclü inkişaf edərək, çox dərinləşmişdir. Bu proses özlüyündə bilavasitə yeni istehsal növlərinin aktiv surətdə yaradılması, mövcud sahələrin keyfiyyət baxımından texniki silahlandırılması, beynəlxalq sahə nisbətlərinin dəyişməsi, istehsalın beynəlmilləşmə səviyyəsinin artması, dünya üzrə istehsal-texniki əlaqələrin mürəkkəbləşməsi, beynəlxalq ixtisaslaşmanın və kooperasiya proseslərinin dərinləşməsilə müşayiət olunur. İstehsalın mürəkkəb texnoloji strukturunun mürəkkəbləşməsi şəraitində ixtisaslaşma dərinləşməsi bilavasitə əvvəlcədən müəyyən edilmiş xüsusiyyətə malik detal, komplektləşdirici məmulat və xammal komponentlərinin miqdarının artmasında özünü biruzə verir.

Beynəlxalq ixtisaslaşma ilə bağlı olduğu və onun əsasını təşkil etdiyi üçün BİK formalarının müəyyən edilməsi məqsədəuyğundur. Beləliklə, **beynəlxalq ixtisaslaşmanın əsas formaları** aşağıdakılardır:

1. Ayrı-ayrı firmaların ixtisaslaşmasına, sahə və sahələrarası ixtisaslaşma istiqamətlərinə ayrılan **sahə ixtisaslaşması**;
2. Ayrı-ayrı ölkələrin, ölkələr qrupunun, bütöv regionların

əmtəələrin (və ya onların tərkib hissələrinin) istehsalı üzrə ixtisaslaşması - **ərazi ixtisaslaşması**.

Beynəlxalq ixtisaslaşmanın növlərinə aiddir:

1. Predmet – hazır məhsul istehsalı üzrə ixtisaslaşma;
2. Detal – hazır məhsulun ayrı-ayrı elementlərinin istehsalı üzrə ixtisaslaşma;

3. Texnoloji – vahid istehsalın ayrıca bir mərhələsinin həyata keçirilməsi üzrə ixtisaslaşmanın inkişafı, buraxılan məhsul növünün mürəkkəbləşməsi, onun müxtəlif və yeni növlərinin əmələ gəlməsi obyektiv olaraq, yeni istehsalların, mövcud sahələrin sonrakı differensiallaşmasına və onlar arasındakı qarşılıqlı asılılığın güclənməsinə gətirib çıxarır ki, bu da öz növbəsində BİK-nin inkişafına səbəb olur. Qabaqcıl elmi nailiyyətlərə əsaslanan yeni texnologiyaların meydana gəlməsi, ayrı-ayrı istehsal sahələrinin, texnoloji proses mərhələlərinin sonrakı inkişaf fonunda xarici-iqtisadi fəaliyyətin vacib istiqamətinə - növünə çevrilən BİK öz xüsusi inkişaf formalarına və əməkdaşlıq metodlarına malikdir. Beləliklə, **beynəlxalq istehsal kooperasiyasının əsas formalarına** aiddir:

1. Sonradan son məhsulun buraxılışı üçün tələb olunan aralıq məhsul istehsalı;

2. Müqavilə ixtisaslaşması əsasında həyata keçirilən istehsal fəaliyyəti;

3. Birgə istehsalın təşkili əsasında fəaliyyət.

Aralıq məhsulun (işin, xidmətin) istehsalı əsasında olan BİK sifarişçi – müəssisənin tapşırığı üzrə subpodratçı - firma tərəfindən müəyyən növ məhsulun hazırlanmasını nəzərdə tutan **podrat kooperasiyalaşması** əsasında həyata keçirilir. Belə növ fəaliyyət ya detal üzrə (hissə, komplektləşdiricilər və s.), ya da texnoloji (müəyyən texnoloji mərhələlər üzrə) ixtisaslaşma ilə reallaşdırılır. Komplektləşdirici məmulatların istehsalı üzrə olan BİK kooperasiyanın ən

geniş yayılmış formasıdır.

Bundan başqa, xüsusən TMK-nın istehsal strukturları çərçivəsində geniş tətbiq sahəsini tapan, baş-ana kompaniya ilə onun xarici – törəmə filialları arasındakı istehsal-texnika əlaqələr formasında həyata keçirilən firmadaxili detal və texnoloji istehsal kooperasiyasını da fərqləndirirlər.

BİK-in yuxarıda qeyd edilən formaları içərisində firmalararası kooperasiya göndərişləri, həmçinin TMK-nın öz “doğma” müəssisələri ilə yanaşı, müqavilə əsasında öz istehsal proqramlarına cəlb etdikləri çoxlu sayda xırda və orta ixtisaslaşdırılmış firmalar ilə olan əlaqələr də az əhəmiyyət kəsb etmir. **Firmalararası kooperasiya** TMK-nın öz arasında, keyfiyyətli standartlaşdırılmış aralıq məhsul istehsalı üzrə ixtisaslaşmış firmalar və bir neçə podratçılar arasında həyata keçirilir.

Müqavilə ixtisaslaşması əsasında (yəni istehsal proqramlarının bölüşdürülməsi əsasında) BİK daha çox rəqabət edən firmalar arasında baş verir. Bu forma məhsul çeşidinin məhdudlaşdırılması, hər bir firmanın əsas ixtisaslaşma profilinin nəzərə alınması ilə istehsalın istisna və ya “dublikat” edilməsi səviyyəsinin azaldırması haqqında inhisar razılaşma kimi təqdim olunur. Firmalararası konkret kooperasiya münasibətləri subpodratçı qarşılıqlı mal göndərmələri, birgə elmi işləmələri, texniki sənədlərin mübadiləsini, NOW-HOW və proqramların bölüşdürülməsi çərçivəsində lisenziyaları da əhatə edə bilər. Bu cür münasibətlərdə qarşılıqlı razılaşma **əsasında** “qarşıdurma – güzəşt” mexanizminin mövcudluğu ixtisaslaşmanın dərinləşməsi və kooperasiya əlaqələrinin, tərəfdaşlıq münasibətlərinin qurulması nəticəsində istər-istəməz inhisarçılar və rəqabət edən firmalar arasında rəqabət münasibətlərinin kəskinləşməsini azaldır. Bu faktoru da özlüyündə BİK-in inkişafına təkan verən stimullardan hesab etmək olar.

Birgə istehsalın təşkili əsasında olan BİK yeni məhsul yaratmaq məqsədilə texnoloji, elmi-texniki, material və maliyyə resurslarını birləşdirmək yolu ilə daha sıx qarğılıqlı əlaqədə olan istehsal kooperasiyasının tətbiq formalarındandır. Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində birgə istehsalları, adətən, yeni texnologiyaların mənimsənilməsi ilə əlaqədar kapital qoyuluşları və risklərin yüksək olduğu məhsul buraxılışı məqsədilə yaradırlar. Son məhsulun yaradılması və işlənməsinin birgə layihələrinin, birgə istehsallarının yerinə yetirilməsinə əsaslanan BİK özünəməxsus metodlarla həyata keçirilir. Komplektləşdirici məmulatların göndərilməsi zamanı kooperasiya, adətən, öz ixtisaslaşma səviyyəsinə görə birbaşa istehsal asılılığında olan firmalar arasında həyata keçirilir. Komplektləşdirici məmulatların göndərilməsi formasında olan kooperasiya, əsasən, iki metodla həyata keçirilir. Birinci metod – istehsalın ixtisaslaşmasının əvvəlcədən razılaşdırılmış şərtlərinə uyğun olaraq, tərəfdaşlar arasında komplektləşdirici məmulatların mübadiləsi və tərəfdaşların hər biri tərəfindən sərbəst olaraq son məhsulun yığılması adlanır. Deməli, kooperasiyanın həyata keçirilməsinin birinci metodunda tərəfdaşların fəaliyyəti onlara həvalə edilən ayrı-ayrı komplektləşdirici məmulatların hazırlanması ilə (göndərilməsilə) məhdudlaşır. Bu zaman firmalar yeni məhsulun layihəsini hazırlayaraq, onun komponentlərinin – tərkibinin yığımını müəyyən edir və hər bir tərəfdaşın ixtisaslaşmasına əsasən onların istehsallarını öz aralarında bölüşdürürlər. Hər bir kooperant tərəfindən qarşılıqlı göndərişlərin həcmi, ümumi məhsul buraxılışı və hazır məhsulun satışı ətraflı işlənir. Əlbəttə, real vəziyyətdə kooperasiyanın bu metodunun tətbiqi zamanı çox sayda müxtəlif variantlar, əlavə şərtlər və firmaların öz aralarında müxtəlif səviyyəli razılıqları, danışıqları tətbiq oluna bilər.

Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının tətbiqinin **ikinci metodu**

vasitəsilə son məhsulun yaradılmasında məhsulun layihələndirilməsindən başlayaraq, onun texniki xidmətinə qədər bütün əməliyyatların həyata keçirilməsində tərəfdaşların bütövlükdə fəaliyyətlərinin əlaqələndirilməsi həyata keçirilir. Başqa sözlə, kooperasiyanın ikinci metodu, bir qayda olaraq, bahalı və texniki cəhətdən mürəkkəb olan vahid – son məhsulun, məmulatın yaradılması əsasında tərəfdaşlar arasında qurulan əlaqələr daha dərin olmaqla, onların istehsal, elmi-texniki, maliyyə imkanları və malik olduqları yeni texnologiyaları özündə birləşdirir. Bu fəaliyyətin işgüzar şəkildə tərəfdaşlar arasında paylanması onların hər birinin razılığı əsasında həyata keçirilir.

Kooperasiya liderinin seçilməsi – baş podratçının müəyyən edilməsilə sahələrarası xarakterdə ola bilər. Belə metod, adətən, təyyarəqayırmada, hərbi-kosmos sənayesi və digər məsuliyyətli sferalarda yeni növ məhsul və texnologiyaların reallaşdırılması proqramlarında tətbiq edilir. BİK zamanı son məhsulun yaradılması özündə bir sıra ardıcıl mərhələləri, o cümlədən: elmi-texniki işlər, məhsulun istehsal nöqtəyi-nəzərincə mənimsənilməsi, seriyalı buraxılış, satış və texniki xidmət mərhələlərini birləşdirir.

10.6. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının səmərəliliyi və beynəlxalq kooperasiya sahəsində razılaşmalar

Müasir dövrdə beynəlxalq istehsal kooperasiyası fəaliyyətinin BKƏ-nin bir istiqaməti kimi geniş yayılması bu fəaliyyətin iqtisadi səmərəliliylə sıx bağlıdır. Belə ki, BİK-nin iqtisadi səmərəliliyi ixtisaslaşmış tərəfdaşların cəlb edilməsi yolu ilə hazır məhsul vahidinin istehsalına çəkilən xərclərin ümumi qənaətilə müəyyən olunur. BİK-nin müxtəlif formalarının tətbiqilə kooperantlar – tərəfdaş firmalar ixtisaslaşmış iştirakçıların kooperasiyası əsasında

iqtisadi üstünlüyü təkcə son məhsulun ucuz əldə edilməsi hesabına əldə etmirlər. Müasir istehsalda kooperasiya əməkdaşlığından istifadənin əlverişliliyi bir çox qüvvələrin vahid kompleksdə optimal toplanmasından yaranan “yeni məhsuldar qüvvələr” kimi təzahür edən kooperasiyanın özünün rolu ilə müəyyən olunur. Hətta, ən güclü bir forma qısa müddətdə ETT-nin müasir dövründə yeni məhsul növlərinin işlənməsi və yaradılması üzrə bütün mürəkkəb məsələləri həll etmək imkanında deyildir. Qeyd edilən oxşar məsələləri yalnız iki və ya daha çox ixtisaslaşmış firmanın, onların istehsal və elmi-texniki potensialı nəzərə alınmaqla, imkanlarının konsentrasiyası yolu ilə əldə etmək olar.

Beynəlxalq kooperasiya əlaqələrinin səmərəliliyi və firmalar üçün onun cəlbədiciliyi digər bir iqtisadi faktorla – bir çox ölkələrdə gətirilən komplektləşdirici məmulatlar və hazır məhsullara olan rüsumların səviyyəsi arasındakı böyük fərqlə bağlı olur. Bu vəziyyət son dövrlərdə daha çox müşahidə olunan yığım profilli formal istehsal kooperasiyasının yaradılmasının müşahidə olunması ilə izah olunur. BİK-yə subpodratçı qismində cəlb olunan çox saylı kiçik və orta firmalar üçün kooperasiyadan əldə edilən ən nəzərəçarpan səmərəlilik istehsal güclərinin uzunmüddətli yüklənməsinin təmini və istehsal olunan məhsulun dayanıqlı, uzunmüddətli satışının reallaşdırılmasıdır.

BİK sferalarında razılaşmaların, danışıqların, firmaların qarşılıqlı kooperasiya əlaqələrinin forma və metodlarının mürəkkəbliyi və geniş şəkildə müxtəlifliyi səbəbindən, çox saylı cəhdlərə baxmayaraq, bu sahələrdə kontrakt və razılaşmaları unifikasiya etmək (standartlaşdırmaq) mümkün olmamışdır. Hər bir tərəfdaş firmanın “fərdiliyinin” yüksək dərəcəsilə əlaqədar olaraq ayrı-ayrı hallarda yalnız, aşağıdakı növ kooperasiya razılışmalarını fərqləndirmək olar:

1. Podrat kooperasiya kontraktı.
2. İxtisaslaşma və kooperasiyalaşma haqqında razılaşma.
3. Komplektləşdirici məmulatlar və digər məhsulların göndərilməsi haqqında kontrakt.

Bu kontraktların əsas şərtlərinin də nümunəvi kontraktlara uyğun olaraq müəyyənləşdirilməsinə səy göstərilir. BİK kontraktlarında da qiymətlər, bir qayda olaraq, qəti qeyd olunur. Ancaq istehsal xərclərinin dəyişməsilə əlaqədar olaraq onların müqavilədə dəyişməsi haqqında qeydlər də ola bilər. Kontraktlarda malgöndərmələrin müddət və şərtlərinin müəyyən edilməsinin müxtəlif variantları nəzərdə tutula bilər:

- müəyyən edilən müddət ərzində malgöndərişinin ümumi həcmi;
- razılaşdırılmış müddətdə və günün vaxtlarında göndərişlərin dəqiq həcmi;
- aylıq və həftəlik göndərişlərin təqribi həcmi;
- göndərişlərin qrafiki.

Müasir istehsalların mütəhərrikliyi, elmi-texniki tərəqqi ilə bağlı hazır məhsul modellərinin, növünün keyfiyyət xarakteristikalarının dəyişməsilə əlaqədar, həmçinin bazar tələblərinin dəyişməsi ənənələrinə tez reaksiya vermək zərurəti kooperantları – firmaları öz qarşılıqlı münasibətlərinin operativ variantlarını, sxemlərini qəbul etməyə məcbur edir. Bununla əlaqədar, kontraktlarda kooperantın fərdi tələb və imkanlarını əks etdirən çoxlu sayda əlavə şərtlər də razılaşdırılır. Kontraktın digər bütün şərtləri (ödəniş forması və s.) standart xarakter daşıyır. Yalnız “cərimə sanksiyaları” istisnaqlıq təşkil edir. Onlar adi sövdələşmələrə nisbətən daha kəskin olmaqla, malgöndərmənin dəyərinin orta hesabla 30% həcmində təyin edilir.

Kooperasiya kontraktının əsas xüsusiyyətlərindən biri də odur ki, onun imzalanmasından əvvəl podratçı sifarişçi tərəfindən sınaqdan

keçirilən əmtəələrin sınaq partiyasını hazırlayır.

Son-vahid məhsul istehsalı haqqında müqavilələr aşağıdakı formalarda bağlana bilər: (BİK-nin həyata keçirilməsinin təşkilati formaları kimi)

1. Texniki əməkdaşlıq haqqında razılaşma;
2. Birgə müəssisələrin yaradılması haqqında müqavilə;
3. Konsorsium, elmi-texniki kooperasiya və s. yaradılması haqqında müqavilə.

Texniki əməkdaşlıq haqqında razılaşmanın predmetində kooperasiya obyektı, onun hazırlanması və reallaşdırılması layihəsi və proqramı ətraflı təsvir olunur, proqramın idarə edilməsinin təşkilati strukturu və onda hər bir kooperantın iştirakı razılaşdırılır. Belə müqavilənin əsas xarakterik xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, tərəfdarlardan hər biri ümumi proqram çərçivəsində buraxılan məhsulun satışı üzrə kontrakt bağlaya bilər. Bundan başqa, kontraktla malgöndərmənin şərtləri, kooperantların hər birinin vəzifəsi, məsuliyyəti, qiymətlər və digər kommersiya şərtləri ciddi şəkildə razılaşdırılır.

Son-vahid məhsulun istehsalı ilə bağlı yaradılan birgə müəssisələr hüquqi olaraq nizamnamə və təsis müqaviləsilə rəsmiləşdirilir ki, burada da vahid layihə çərçivəsində hər bir kooperantın öhdəliyinə uyğun onun payı qeyd olunur. Birgə kompaniyanın yaradılması müxtəlif məqsədlərə: yeni məhsul buraxılışının sürətləndirilməsi, alıcıdan əsas sifarişin alınması, yeni xarici bazarlara daxil olma, yeni elmi işləmələrin sənaye cəhətdən reallaşdırılması və s. xidmət edir.

BİK-də yaradılan **konsorsiumlar** – böyük maliyyə xərcləri və uzunmüddətli reallaşdırma tələb edən iri layihələrin yerinə yetirilməsi məqsədilə kooperasiyanın yaradılmasının təşkilati formalarıdır. Bu səbəbdən də konsorsiumlarda, əksər hallarda, banklar və beynəlxalq maliyyə institutları da iştirak edirlər.

XI FƏSİL. BEYNƏLXALQ İCARƏ ƏMƏLİYYATLARI VƏ ONLARIN TƏŞKİLİ İSTİQAMƏTLƏRİ

11.1. Beynəlxalq icarə əməliyyatları və onların növləri

Beynəlxalq icarə əməliyyatları (ingiliscə: cross-border lease) maliyyə və istehsal kapitalının qarşılıqlı təsirinin və ya qarşılıqlı əlaqəsinin əsas mexanizmi, həmçinin maliyyə investisiyasının real investisiyaya çevrilməsinin üsulları kimi təzahür edir. Firmaların, xüsusilə milli firmaların hal-hazırda xarici istehsalın texnoloji avadanlıqlara böyük tələbatı vardır. Bununla əlaqədar, bu firmaların beynəlxalq icarə sövdələşmələri çərçivəsində tərəfdaşı kimi xarici kompaniya çıxış edir. Müasir dövrdə beynəlxalq icarə əməliyyatlarında vacib element kimi təkəcə xarici kompaniyadan yüksək texniki-iqtisadi xarakteristikalara malik avadanlıqların – investisiya əmtəələrinin əldə edilməsi deyil, həm də təklif olunan avadanlıqlarla sövdələşmənin maliyyə şərtləridir. Beləliklə, **beynəlxalq icarə əməliyyatları** dedikdə bir tərəfin (icarəyə verən) digər tərəfə (müşəri və ya icarəyə götürən) icarə müqaviləsi əsasında müəyyən müddətə, müəyyən mükafatla icarəyə verənin sərhəddini keçən əmtəənin icarəyə - kirayəyə təqdim edilməsilə bağlı əməliyyatlar başa düşülür.

İcarə (latınca: arrendare, mənası kirayəyə vermək deməkdir) – mülkiyyətin icarə haqqı ilə icarəyə götürənə, onun müvəqqəti sərəncamına və istifadəsinə (və ya ancaq müvəqqəti istifadəsinə) verilməsi haqqında əmlak müqaviləsinin formasıdır. Məsələn, kənd təsərrüfatında və hasilat sahələrində torpaqdan və ya yeraltı sərvətlərdən müvəqqəti istifadə ödənilir. İcarə müqaviləsinə uyğun olaraq, icarə mülkiyyətinin istifadəsi nəticəsində icarəyə götürənin əldə etdiyi gəlir, məhsul və s. onun mülkiyyəti hesab edilir.

Beynəlxalq icarə əməliyyatları zamanı müştəri – icarəyə götürən ehtiyacı olduğu avadanlığı ya icarəyə götürənin anbarından (əgər, bu avadanlıq əvvəlcədən alınıbsa), ya da icarəyə verənin hesabına seçilmiş istehsalçıdan sifariş edir.

Əmtəənin mülkiyyət hüququnun satıcıdan alıcıya keçdiyi alqı-satqı müqavilələrindən fərqli olaraq, icarə kirayəyə verilən avadanlığa görə icarəyə verənin mülkiyyət hüququnu onun özündə saxlamaqla, icarəyə götürənə yalnız həmin avadanlıqdan müvəqqəti istifadə hüququ verir. İcarə müqavilələrində əsas tərəflər kimi icarə verən və icarəyə götürən – müştəri çıxış edir.

İcarə verən (lessor) – icarəyə götürənə mülkiyyətini ödənişlə müvəqqəti istifadəyə və onun mülkiyyətinə təqdim edən fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Əmlakı icarəyə yalnız onun mülkiyyətçisi, ya da bu mülkiyyətə qanunla cavabdeh – səlahiyyətli şəxs verə bilər.

İcarəyə götürən (lessi, possessor, renter, tenant) – icarə müqaviləsini bağlayan, icarə verən tərəfindən təqdim olunan əmlakın istifadəsinə və müvəqqəti sahibliyinə görə ödənişi həyata keçirən fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarında əgər icarəyə verən icarə predmetini və ya obyektini milli firmadan alıb, onu xarici icarəyə götürənə kirayəyə təqdim edirsə, belə əməliyyatlar **ixrac icarə əməliyyatları** adlanır. Əgər icarə verən icarə obyektini xaricdən alıb, onu yerli firmaya (fiziki şəxsə) təqdim edirsə, belə əməliyyatlar **idxal icarə əməliyyatları** adlanır.

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının xarakterik xüsusiyyəti bu əməliyyatlarda: ya müxtəlif ölkələrdə yerləşən icarə verənlə icarəyə götürənin, ya da müxtəlif ölkələrdə yerləşən icarəyə verənlə icarə predmeti istehsalçısının iştirakıdır. Bir çox hallarda isə, icarə əməliyyatının hər üç iştirakçısı müxtəlif ölkələrdə də yerləşə bilər.

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının, həmçinin TMK-nın və Trans Milli bankların xarici-törəmə firmalarının yerləşdiyi ölkədə yerli

firmalarla olan icarə sövdələşmələri də aiddir.

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının predmeti və ya obyektinə aiddir:

– istehlak xarakterli əmtəələr: avtomobillər, soyuducular, televizorlar, videotexnika və s.

– nəşriyyat, dəftərxana, sürətçixarma avadanlıqları, çeşidləyici maşınlar, tele və distansion əlaqə vasitələri və s.

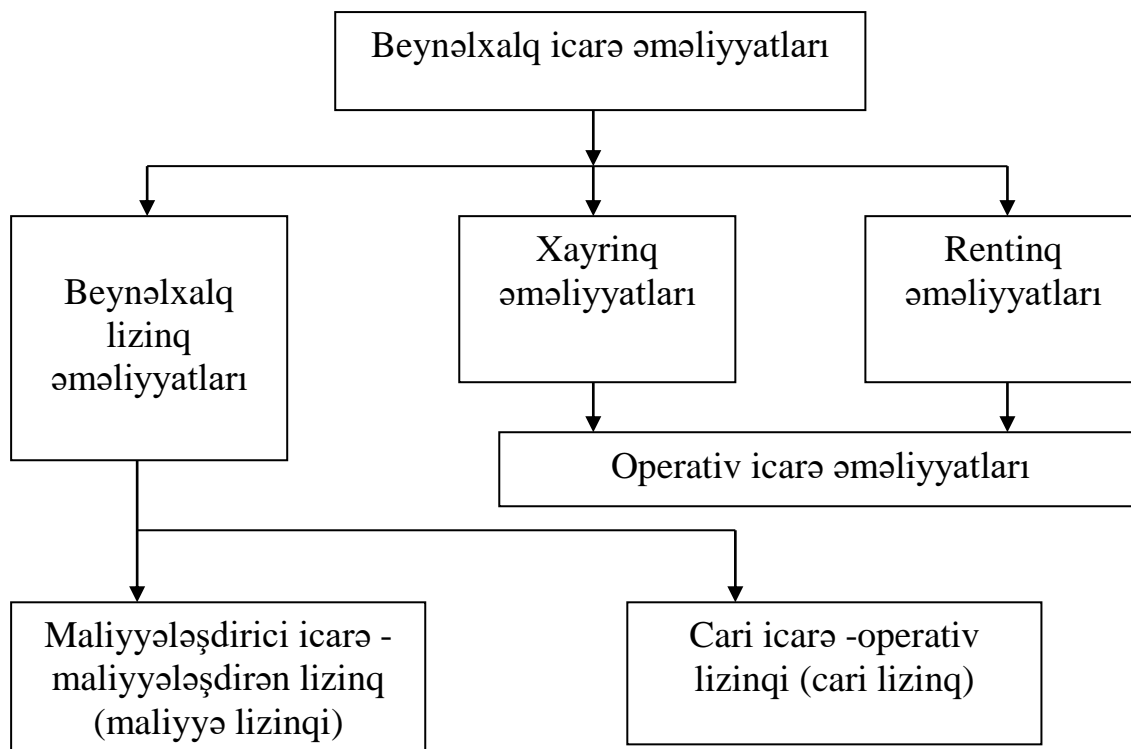
– informasiyanın emalı və hesablama texnikası vasitələri: əsasən iri, super və bəzən də fərdi EHM, kompyuter proqramları və s.;

– nəqliyyat vasitələri: avtomobillər, təyyarələr, vertolyotlar, gəmilər, konteynerlər, xüsusi vaqonlar və s.;

– qaldırıcı, yol-tikinti nəqliyyatı və avadanlıqları;

– müxtəlif növ və təyinatlı sənaye avadanlıqları (stasionar, hərəkətdə olan və s.).

Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının, həmçinin beynəlxalq lizinq əməliyyatlarının növləri şəkil 11.1-də göstərilmişdir.



Şəkil 11.1. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının növləri və əsas istiqamətləri

Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində icarənin müddəti və davamlılığından asılı olaraq beynəlxalq icarə əməliyyatları üç növə ayrılır:

1. Uzunmüddətli (3-5 ildən yuxarı) – **lizinq** (ingiliscə: lease) əməliyyatları.

2. Ortamüddətli (1-3 il) – **xayrinq** əməliyyatları.

3. Qısamüddətli (bir neçə saat, gün, bir aydan bir ilə qədər) – **rentinq** əməliyyatları.

Rentinq və xayrinq əməliyyatlarını çox vaxt **operativ icarə əməliyyatları** da adlandırırlar. Çünki, bu hallarda icarənin müddəti faktiki olaraq obyektin normativ xidmət müddətindən aşağıdır və icarə obyektini operativ olaraq bir neçə dəfə icarəyə verilir. Nəticədə, bir neçə icarəyə götürəndən əmlakın icarə haqqı ilə ilkin dəyərini tam silmək olur. Operativ icarədə icarə müqaviləsinə əsasən yalnız iki tərəf: icarə verən və icarəyə götürən iştirak edir.

Operativ icarənin icarəyə verəni icarə obyektinin mənəvi aşınması və əmlakın hər bir növbəti icarəyə verilməsindən sonra, onun yenidən təzələnməsinin zərurəti ilə bağlı riskləri daşıyır. Buna görə də belə vəziyyətlərdə icarə haqları müqayisəli dərəcədə yüksəkdir, rentinq zamanı isə bu daha yüksəkdir.

Operativ icarədə icarədar birtərəfli qaydada qabaqcadan xəbərdarlıqla icarə müqaviləsini ləğv etmək və yeni, təkmil model seçmək hüququndan istifadə etməklə, icarə obyektinin mənəvi köhnəlməsinə reaksiya verə bilər. Belə vəziyyət obyektiv olmaqla, müasir şəraitdə mənəvi köhnəlməsi çox tez baş verən əmtəələr (kompyuter texnikası, telekommunikasiya, rabitə, nəqliyyat vasitələri, sürətçixarma texnikası, diaqnostika cihazları) üçün çox aktualdır.

İcarədar üçün həmçinin, operativ icarədə icarəyə verənin obyektin texniki xidməti və təmirinin həyata keçirilməsi çox əhəmiyyətli və cəlbədicə faktorlardandır. Ümumiyyətlə, operativ icarə müxtəlif

operativ kommersiya vəziyyətlərində: daxil olan sifarişin yerinə yetirilməsi ilə bağlı, mövsümi işlərin yerinə yetirilməsi zamanı və hətta sonradan almaq məqsədilə avadanlığın texniki-iqtisadi göstəricilərinin ilkin istismar yoxlamasında icarədar üçün çox əlverişlidir. Beynəlxalq ticarətdə, beynəlxalq icarə əməliyyatları çərçivəsində həcmi və əhatə dairəsi daim artan uzunmüddətli beynəlxalq lizinq əməliyyatları xüsusi yer tutur.

11.2. Lizinq prosesləri, beynəlxalq lizinq əməliyyatları, maliyyələşdirilən və operativ lizinq

Lizinq (ingiliscə: **leasing, to lease – icarəyə vermək**) - fiziki (hüquqi) şəxslər tərəfindən müəssisələrin əsas fondlarının və çox bahalı əmtəələrin əldə formasıdır. Başqa sözlə, **lizinq** - əmlakın mülkiyyətə alınması və onun sonradan müvəqqəti istifadəsi və müəyyən ödənişlə əldə edilməsi ilə meydana çıxan əmlak və iqtisadi münasibətlər kompleksidir. Lizinq əməliyyatlarının subyektlərinə aiddir: **lizinqi verən** (təqdim edən) və **lizinqi alan və satıcı**. **Lizinqi verən** (əmlak sahibi) satıcıdan müəyyən əmlakı mülkiyyətinə almaqla, bu əmlakı lizinqi alana ödənişlə onun müvəqqəti istifadəsinə və sərəncamına verilməsi öhdəliyini öz üzərinə götürən fiziki (hüquqi) şəxsdir. **Lizinqi alan** (əmlakın istifadəçisi) - əmlakı müvəqqəti istifadəyə alan və sonradan öz mülkiyyətinə keçirən şəxsdir. **Əmlakın satıcısı (mal göndərən, əmlakı hazırlayan)** - lizinq obyektini olan əmlakı satan şəxsdir. Dünya təcrübəsində istehlak lizinqi daha çox yayılmışdır. Lizinq əməliyyatı üçün bağlanan müqavilə əldə edilən əmlakın və satıcının seçilməsinin lizinqi verən tərəfindən həyata keçirilməsini nəzərdə tuta bilər.

Lizinq - əslində mahiyyətcə sonradan almaq (əldə etmək) hüququ ilə əmlakın uzunmüddətli icarəsidir. Deməli, lizinq əmə-

liyyatlarının mahiyyəti belə izah olunur: sərbəst maliyyə vəsaitləri olmayan potensial lizinqi alan lizinq sövdələşməsi bağlamaq haqqında təkliflə lizinq kompaniyasına müraciət edir. Bu sövdələşməyə uyğun olaraq, tələb edilən əmlaka malik olan satıcını seçir, lizinqi verən isə onu mülkiyyətinə alır və onu lizinq alana müəyyən ödənişlə müvəqqəti istifadəyə və onun mülkiyyətinə verir. Lizinq sövdələşməsinin müddəti bitdikdən sonra, onun şərtinə uyğun əmlak lizinqi verənə qaytarılır, ya da lizinqi alanın mülkiyyətinə keçir. Lizinq sövdələşməsinin tərkibi və ya iştirakçılarının sayı satıcı və lizinqi verən və ya satıcı və lizinqi alan eyni şəxs olduğu hallarda iki nəfərə qədər azalır. Bahalı layihələrin reallaşdırılması zamanı sövdələşmənin iştirakçılarının sayı arta bilər.

Lizinqin predmetinə (və ya obyektinə) aiddir: istənilən qeyri-istehlak əmtələri, o cümlədən müəssisə, bina, tikili, avadanlıq, nəqliyyat vasitələri və digər daşınan və ya daşınmayan əmlak lizinqin predmeti kimi torpaq sahələri və digər təbii obyektlər, həmçinin milli qanunlar vasitəsilə sərbəst mübadiləsi qadağan edilən və ya xüsusi mübadilə qaydaları tətbiq edilən əmlaklar tətbiq oluna bilməz. Lizinqi alanın müvəqqəti sərəncamına və istifadəsinə verilən lizinq predmeti lizinq verənin əmlakı adlanır. Maliyyə lizinqi müqaviləsi üzrə lizinqi alana verilən lizinq predmeti tərəflərin razılığına əsasən ya lizinqi verənin, ya da lizinqi alanın balansında nəzərə alınır.

Lizinq müqaviləsində göndərilən texnikanın texniki xidməti, kadrların öyrədilməsi və s. nəzərdə tutula bilər. Müqavilədə lizinqi alanın icarə müddəti sona çatdıqdan sonra əmtəəni almaq hüququnun (və ya öhdəliyi) qeyd edilməsi mümkündür.

Lizinq müqaviləsinin əsas şərtlərinə aiddir:

1. Lizinqin predmeti haqqında şərt.
2. Lizinq predmeti satıcısı və ya lizinqi alan tərəfindən satıcının seçilməsi haqqında şərt;

3. Lizinqin müddəti haqqında şərt;
4. Qiymət şərtləri – lizinq ödənişlərinin ölçüsü.

Müqavilədə bu əsas şərtlər olmasa, o bağlanmamış hesab edilir.

Lizinqin iqtisadi mahiyyəti. Lizinq iqtisadi təbiətinə görə kredit münasibətlərinə və investisiyalara oxşayır. Məlum olduğu kimi kredit üç əsas prinsipə əsaslanır: müddətliklik (kredit müəyyən müddətə verilir), qaytarılma (kredit müəyyən müddətə qaytarılır), ödənişli olması (təqdim edilən xidmətə görə ödənişlər alınır).

Lizinq verilən halda, əmlak mülkiyyətçisi onu müəyyən müddətə müvəqqəti istifadəyə verərkən, razılaşdırılmış müddətdə onu geri alır, göstərilən xidmətə görə komissiya mükafatı alır. Göründüyü kimi, bu əməliyyatlar kredit münasibətlərinə oxşayır. Yalnız, sövdələşmə iştirakçıları pul vəsaitlərinə deyil, əmlak - əsas fondlara istinad edirlər. Bununla bağlı, **lizinqi əsas fondlara olan əmtə krediti** kimi dəyərləndirirlər. Lizinq formasına görə investisiya maliyyələşdirilməsinə oxşardır.

Əmlak nöqtəyi-nəzərinə lizinq sövdələşməsi iki qarşılıqlı asılı tərkib hissədən ibarətdir:

1. Alqı-satqı üzrə münasibətlər.
2. Əmlakın müvəqqəti istifadəsilə bağlı münasibətlər.

Lizinq prosesinin bütün elementləri öz aralarında çox sıx bağlıdır. Belə ki, əmlakın (lizinq müqaviləsinin) müvəqqəti istifadəsi yalnız alqı-satqı müqaviləsinin reallaşdırılmasından sonra meydana çıxır. Beləliklə, bir müqavilənin yerinə yetirilməsi sonrakı sövdələşmənin yaranmasına təkan verir, lizinqin iştirakçıları isə müxtəlif mərhələlərdə bir-birilə sıx qarşılıqlı təsirdə olurlar.

Lizinq proseslərinin mərhələlərini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

I mərhələ - avadanlığın istehsalçısı və gələcək lizinqverən alıcı və satıcı kimi çıxış edərək, alqı-satqı müqaviləsi bağlayır. Bu halda,

əmlak istifadəçisi hüquqi olaraq alqı-satqı müqaviləsində iştirak etmir. Buna baxmayaraq, o, avadanlığı və konkret malgöndərəni seçməklə, bu sövdələşmənin aktiv iştirakçısı adlanır. Alqı-satqı müqaviləsinin reallaşdırılmasının bütün texniki sualları (tərkibi, göndərişin müddəti və yeri, zəmanət öhdəliyi və s.) avadanlığı hazırlayan – istehsalçı ilə lizinçi alan arasında həll olunur, lizinçi verənin üzərinə isə sövdələşmənin maliyyə tərəfinin təmin edilməsi düşür.

II mərhələ - əmlakın alıcısı lizinçi verən kimi çıxış edərək, onu müvəqqəti istifadəyə verir. Bu halda, əmlak satıcısı lizinçi verənlə alqı-satqı müqaviləsi bağlasa da o, istifadəçi qarşısında avadanlığın keyfiyyətinə görə məsuliyyət daşıyır. Lizinç müqaviləsinin reallaşdırılması üçün lizinçi verənin kifayət qədər sərbəst maliyyə vəsaitləri olmalıdır.

Lizinç ödənişlərinin növləri. Lizinç əməliyyatlarının vacib elementi kimi lizinç ödənişlərinin ödənilməsi qrafikinə müəyyənləşdirilməsidir. O, özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- maliyyələşdirilən aktivin amortizasiyası;
- lizinçi verənin xərcləri: kapitalın cəlb edilməsi ilə bağlı xərclər, daha doğrusu **kreditlər üzrə ödənişlər** və lizinç kontraktının bağlanması və idarə edilməsi ilə bağlı **lizinçi verənin əməliyyat xərcləri**.

- lizinç verənin mənfəəti, ödənişlər aşağıdakı kimi həyata keçirilə bilər:

a) lizinç kontraktının bağlandığı anda mövcud qeyd edilmiş dərəcələr üzrə, yəni kontraktın müddəti ərzində lizinçi alan bərabər hissələrlə lizinç ödənişlərini həyata keçirir.

b) pul və istiqraz bazarlarının inkişafından asılı olaraq üzən və ya dəyişən dərəcələrin tətbiqilə .

Lizinç ödənişləri, adətən, **avansla** başlayır. Lizinç ödənişlərinin qrafiki çox vaxt avadanlığın istifadə müddəti və üsulundan,

həmçinin müştərinin arzusundan asılıdır.

Lizinq əməliyyatlarının iqtisadi məqsədəuyğunluğu aşağıdakı kimi izah olunur: belə ki, əsas vəsaitlərin lizinq formasında əldə edilməsi müəssisənin vergi yükünü azaldır. Xüsusi halda, lizinq müqavilələri üzrə ödənişlər mənfəət vergisinin vergiyə tutulan bazasını azaldır. Bundan başqa, sürətli amortizasiya əmlak vergisinin hesablanması üçün bazanı aşağı salır.

Lizinq ödənişlərinin hesablanması real olaraq qiymətləndirilməsi, daha doğrusu resursların real dəyərinin təyin edilməsi üçün lizinq ödənişləri tərkib hissələrinə ayrılmalıdır. Beləliklə, **lizinq ödənişlərinin hesablanması formulu** belədir:

Lizinq ödənişləri = əsas borc + (kredit üzrə faizlər + əmlak vergisi + digər əlavə xərclər) x ƏDV.

Nəzərə almaq lazımdır ki, kredit və ya hüquqi şəxsin mülkiyyəti, əmlakın əldə edilməsi zamanı ƏDV alqı-satqı müqaviləsinin bütün dəyərindən hesablanır. Lizinq olan hallarda isə, ƏDV bütün lizinq ödənişlərindən hesablanır.

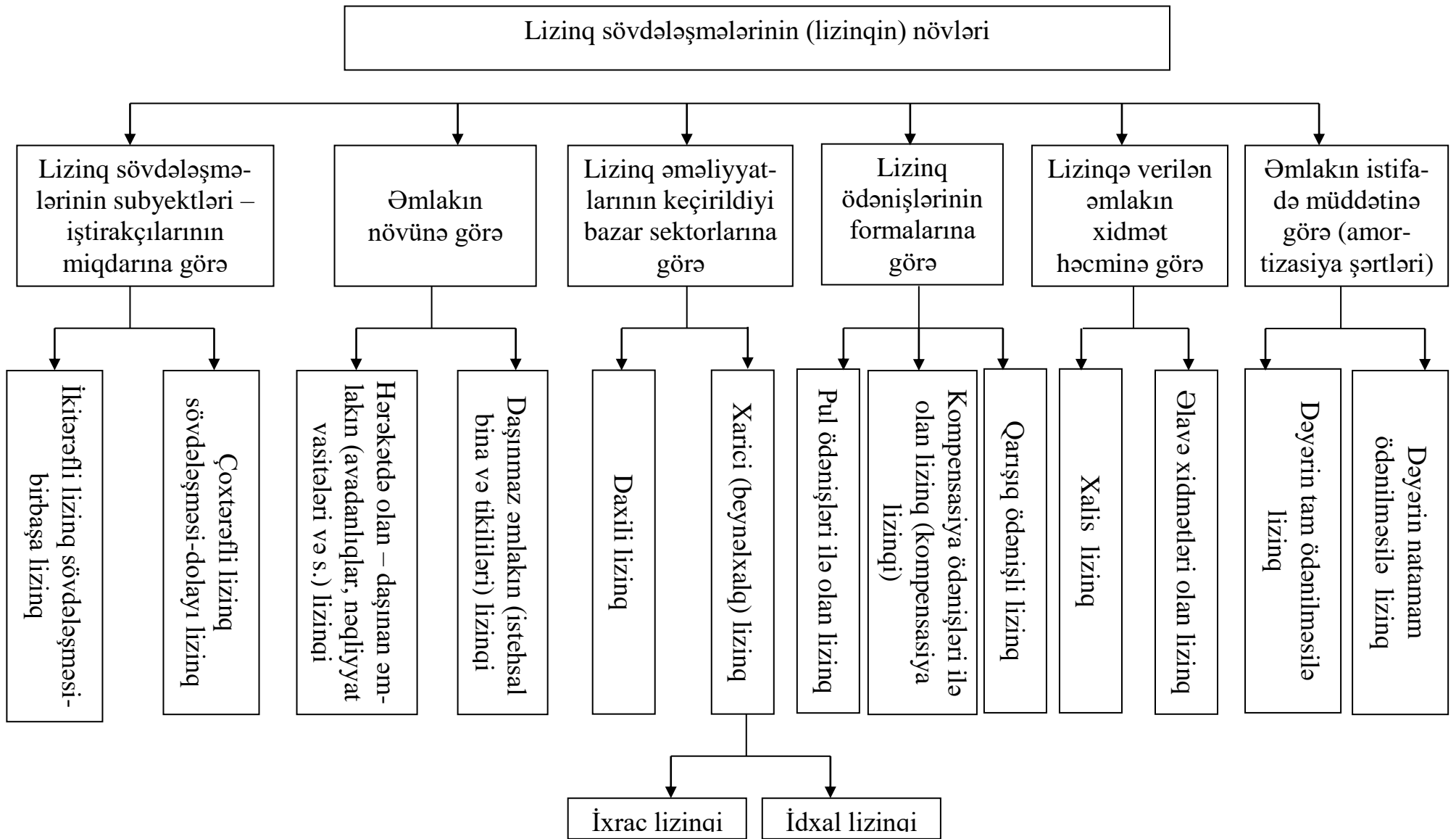
Lizinq sövdələşmələrinin (lizinqin) növlərinin rəsmiləşdirilməsi şəkil 11.2-də göstərilmişdir. Şəkildə təsvir olunanlarla bağlı aşağıdakı qısa izahları vermək olar:

İkitərəfli lizinq sövdələşmələrində (birbaşa lizinq) - əmlakı göndərən (malgöndərən və lizinqverən) bir şəxs kimi çıxış edir.

Çoxtərəfli lizinqdə (dolayı lizinq) - əmlakı lizinqə verən, malgöndərən deyil, lizinq kompaniyası kimi çıxış edən maliyyə vasitəçisi olur. Klassik variantda bu növ sövdələşmə üçtərəfli adlanır: malgöndərən, lizinqi verən və lizinqi alan.

Daxili lizinqdə - sövdələşmənin bütün iştirakçıları bir ölkədə yerləşir.

Xarici (beynəlxalq) lizinqdə - lizinqi verən və lizinqi alan müxtəlif ölkələrdə yerləşir. Əmlakın satıcısı isə ya bu ölkələrin



Şəkil 11.2. Lizinq sövdələşmələrinin (lizinqin) növləri

birində, ya da başqa ölkədə ola bilər. Beynəlxalq lizinq sövdələşmələrində **lizinqi alan idxal, lizinqi verən isə ixrac lizinqində** iştirak edir.

Pul ödənişləri ilə olan lizinqdə - ödənişlər pul formasında olur.

Kommersiya lizinqində - lizinqi alan lizinqi verənlə bir qayda olaraq icarə edilən avadanlıqda istehsal olunan əmtəələrlə və ya qarşılıqlı xidmətlərin göstərilməsilə hesablaşır.

Qarışıq ödənişli lizinqdə - ödənişlərin bir hissəsi pulla, digər hissəsi əmtəə və xidmətlərlə həyata keçirilir.

Xalis lizinqdə (net leasing) - əmlakın bütün xidmətini lizinqi alan öz üzərinə götürür. Ona görə də bu halda avadanlığın təmir xərcləri lizinq ödənişlərinə daxil edilmir. Bu model maliyyə lizinqi üçün xarakterikdir və bu **klassik forma adlanır**.

Əlavə xidmətlərlə olan lizinqdə (wet leasing) lizinq verənin üzərinə düşən avadanlığın texniki xidməti, onun təmiri, sığortası və digər əməliyyatların mütləq şəkildə olmasını nəzərdə tutur. Bunlardan başqa, lizinq alanın arzusu ilə lizinq verən işçi heyətin öyrədilməsi, marketinq, hazır məhsulun reklamı, xammal göndərilməsi və s. öhdəliklərini də öz üzərinə götürə bilər. Qeyd etmək lazımdır ki, operativ lizinq üçün əlavə xidmətləri olan lizinq xarakterikdir.

Dəyərin tam ödənilməsi lizinqində - (əmlakın tam amortizasiyası) – müqavilənin müddəti əmlakın normativ xidmət müddətilə üst-üstə düşür və lizinq əmlakının dəyərinin lizinqi verənə tam ödənilməsi baş verir.

Dəyərin natamam ödənilməsi lizinqində - (əmlakın natamam amortizasiyası) – lizinq müqaviləsinin müddəti əmlakın normativ xidmət müddətindən az olur və onun fəaliyyəti dövründə lizinq əmlakının dəyərinin yalnız bir hissəsi ödənilir. Beynəlxalq lizinqin **maliyyə və operativ lizinqə** bölünməsi məhz müqavilənin müddətindən və lizinq əmlakının dəyərinin ödənilməsi ilə bağlıdır.

Beynəlxalq lizinqin yaranması tarixi çox qədim zamanlara söykənir. Tarixçilərin fikrinə görə ilk lizinq sövdələşmələri qədim Şumer dövlətində bizim eradan əvvəl bağlanmışdır. Lizinqin güclü inkişafı keçən əsrin 80-ci illərində baş vermişdir. ABŞ-da, Qərbi Avropada istehsal vəsaitlərini lizinqlə aktiv surətdə verilməsilə, icarə əməliyyatlarında böyük irəliləyişlər əldə olunmuşdur.

İlk ixtisaslaşdırılmış lizinq kompaniyası 1952-ci ildə ABŞ-da yaradılmışdır. Lizinq kompaniyaları “maliyyə-lizinq” cəmiyyətləri adını almışdır.

Avropada maliyyə-lizinq cəmiyyətləri keçən əsrin 50-60-cı illərində yaranmağa başlamışdır. Ancaq onların inkişafı təkmil olmayan qanunvericiliklə bağlı dayanmışdır. Ötən əsrin 80-ci illərində lizinq müqavilələrinin hüququ statusu dəqiq müəyyənləşdirildikdən sonra isə lizinq əməliyyatlarının həcmi və miqdarı xeyli artdı. Qərbi Avropa ölkələri içərisində lizinq investisiyalarını daha çox İrlandiya, İngiltərə, Şərqi Avropa ölkələri arasında isə Çexiya daha çox həyata keçirir.

Asiya ölkələrində də lizinqin inkişafı ötən əsrin 60-cı illərinə təsadüf edir. Hal-hazırda İEO-də investisiyaların 25-30%-i lizinq əməliyyatlarının payına düşür. Yeni məhsul növlərinin 80%-ə qədəri məhz icarəyə verilən avadanlıqlarda istehsal olunur.

Müasir lizinq xidmətləri bazarı dünyanın əsas iqtisadi mərkəzlərində: ABŞ, Qərbi Avropa, Yaponiyada cəmlənmişdir. Beynəlxalq lizinq xidmətləri bazarları ən dinamik bazarlar hesab edilir.

Müasir mərhələdə lizinqin inkişafı beynəlxalq lizinq cəmiyyətlərinin yaranmasına təkan vermişdir. Məsələn: “Avropa lizinq cəmiyyətlərinin Birliyi” 17 avropa ölkəsinin birlik və cəmiyyətlərini özündə birləşdirir.

Ümumiyyətlə, dünya təcrübəsində lizinq anlayışından maşın, avadanlıq, nəqliyyat vasitələrini, istehsal təyinatlı tikililərin icarəsinə

əsaslanan sövdələşmələri ifadə etmək üçün istifadə olunur.

Beynəlxalq lizinq əməliyyatları məzmunundan və yerinə yetirilmə metodlarından asılı olaraq iki əsas istiqamətə - növə ayrılır (şəkil 11.3):

1. **Maliyyələşdirilən lizinq və ya qısaca maliyyə lizinqi (finance lease).**

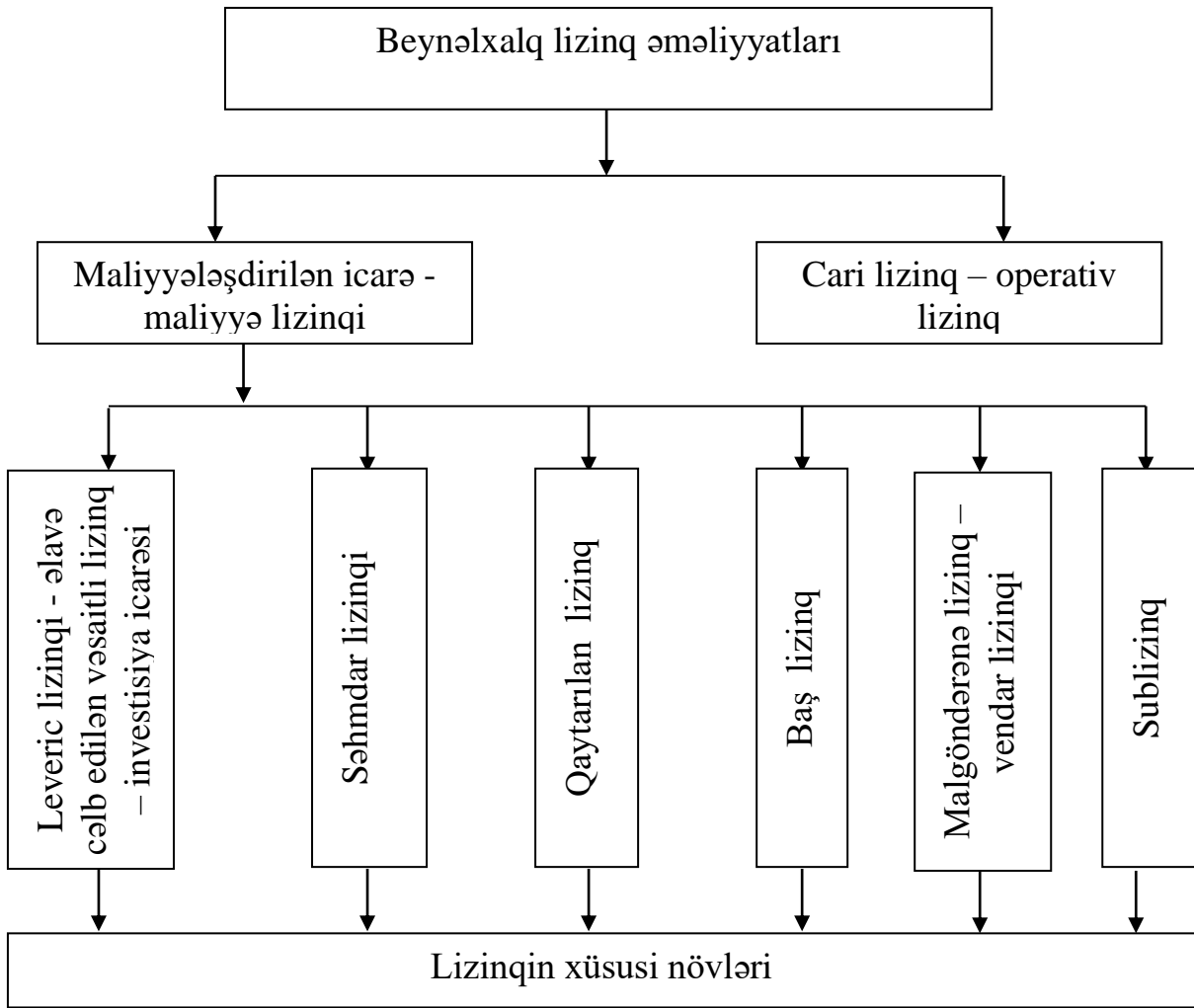
2. **Cari və ya operativ lizinq (operating lease).**

Maliyyə lizinqi də öz növbəsində müxtəlif növlərə ayrılır.

Maliyyələşdirilən lizinqdə lizinq firması (lizinqi verən) daşınan və ya daşınmaz əmlakın dəyərini tam ödəyir, daha dəqiq desək, hər şeydən əvvəl konkret malgöndərəndən icarəyə maraqlı olan firma tərəfindən sifariş olunan avadanlığın dəyərini ödəyir. İcarədar (lizinqi alan) lizinq firması - icarəyə verənlə (və ya lizinqi verənlə) bağlanan lizinq müqaviləsi şərtlərinə uyğun olaraq bu avadanlıqdan bir qayda olaraq, onun öz dəyərini ödəmə müddətinə yaxın olan uzun müddətdə istifadə edir.

Uzunmüddətli icarənin və ya lizinqin maliyyə icarəsi adlandırılması onunla bağlıdır ki, belə sövdələşmədə üç tərəf (lizinq firması, malgöndərən və lizinqi alan) iştirak edir. Əsas tərəf kimi çıxış edən lizinq kompaniyası əvvəl əmlakın alınmasını maliyyələşdirir, sonra onu müvəqqəti istifadə üçün icarəyə verir.

Maliyyə lizinqində tərəflər aşağıdakı kimi qarşılıqlı əlaqədə olurlar. Belə ki, əvvəl icarədar (lizinqi alan) sərbəst olaraq ona lazım olan xarakteristikalara malik icarə obyektini seçir və bu avadanlığın malgöndərənini müəyyən edir. Daha sonra, icarəyə verənə (lizinqi verənə) icarə obyektini üçün sifariş - ərizə göndərir. Bu zaman lizinqi verən kimi, adətən, bank və ya hər hansı maliyyə təşkilatı tərəfindən maliyyələşdirilən lizinq kompaniyası çıxış edir.



Şəkil 11.3. Beynəlxalq lizinq əməliyyatlarının əsas istiqamət və növləri.

Lizinq kompaniyası danışıqlara başlayır və müsbət qərar qəbul edərsə, onda, lizinqin ümumi şərtlərini məktubla icarəyə götürənə göndərir. Malgöndərən də öz növbəsində icarədar tərəfindən sifariş olunan avadanlığın lizinq kompaniyası tərəfindən ödənilməsi haqqında (əlbəttə, icarədar lizinq şərtlərini qəbul etdiyi halda) informasiyanı alır. İcarədar firma icarə müqaviləsinin ümumi şərtlərilə tanış olduqdan sonra, özünün təsdiqini – öhdəliyini göstərdiyi məktubu, lizinq müqaviləsini və avadanlığa sifariş blankını lizinq kompaniyasına göndərir. Sifariş blankı malgöndərən firma tərəfindən tərtib olunan icarədar firma tərəfindən təsdiq olunur. Bütün bu sənədləri aldıqdan sonra, lizinq kompaniyası sifariş blankını imzala-

yaraq, onu malgöndərənə ünvanlayır. Avadanlığı hazırlayan firma da onu öz növbəsində avadanlığın qəbul edilməsinə məsuliyyətli olan icarədar firmanın ünvanına göndərir. Avadanlıq göndəriləndən sonra hər iki firma (malgöndərən və icarədar) qəbul protokolunu imzalayaraq, onu lizinq kompaniyasına göndərir. Bu sənəd əsasında da lizinq kompaniyası avadanlığı hazırlayan firmaya icarə obyektinin ödənişini həyata keçirir. Uzunmüddətli lizinq əməliyyatlarında lizinq kompaniyası faktiki olaraq, yalnız icarədara lazım olan avadanlığın onun sərəncamına verilməsi üzrə sövdələşməni maliyyələşdirir.

Beləliklə, lizinq firması iki müqavilə bağlayır:

1. İcarədar firma ilə lizinq müqaviləsi.
2. Avadanlığı göndərən (hazırlayan) firma ilə alqı-satqı müqaviləsi.

İcarədar firma malgöndərənlə heç bir müqavilə münasibətlərində olmur. Baxmayaraq ki, icarədar avadanlığın qəbulu və fasiləsiz işləməsinə özü məsuliyyət daşıyır. Lizinq kompaniyası avadanlığa görə zəmanət təqdim etmir. Amma icarədar icarə obyektini ciddi olaraq razılaşdırılan məqsədlər üçün istifadə edə bilər, müqavilədə dəqiq qeyd edilən yerlərdə quraşdırıla bilər, özünün isə avadanlıqda heç bir dəyişiklik etmək ixtiyarı yoxdur. Lizinq müqaviləsinin vaxtı sona yetdikdən sonra, icarədar müqavilənin vaxtını uzada bilər, avadanlığı qaytara bilər və yaxud da onu qalıtq dəyərlə ala bilər. Məsələn, ABŞ təcrübəsinə əsasən, icarədar avadanlığı öz mülkiyyətinə o zaman ala bilər ki, avadanlığın xidmət müddəti iki ildən az olmasın, onun qiymətilə dəyərləndirilən qalıtq dəyəri isə avadanlığın ilkin qiymətinin 15%-indən yuxarı olsun.

Əslində, maliyyə lizinqinin mahiyyəti lizinq kompaniyası tərəfindən avadanlıq istifadəçisinin uzunmüddətli kreditləşdirilməsilə bağlıdır. Bu zaman icarə ödənişləri vasitəsilə avadanlığın istifadə dəyəri ödənilir və icarəyə verənin xidmətləri, o cümlədən

maliyyələşdirmə ödənişləri də icarədar tərəfindən yerinə yetirilir. Beləliklə, maliyyə lizinqinin özünəməxsus fərqli xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

1. Maliyyə lizinqi əməliyyatlarında üçüncü tərəfin (lizinq obyektinin istehsalçısı və ya malgöndərən) mövcudluğu.

2. Kontraktın lizinqi verənin xərclərinin ödənilməsi üçün tələb olunan əsas müddətdən tez ləğvinin qeyri-mümkünlüyü.

3. Lizinqi verən müvəqqəti istifadəyə verilən əmlakı öz qorxu və riskləri üzrə deyil, lizinqi alanın sifarişi üzrə əldə edir.

4. Əmlakın satıcısı bu əmlakın xüsusi olaraq lizinqə verilməsilə bağlı xəbərdar edilir.

5. Əmlak bilavasitə istifadəçiyə göndərilir və onun tərəfindən istismara qəbul edilir.

6. Lizinq obyektinin keyfiyyəti üzrə iradlar zəmanət müddəti dövründə lizinqi alan tərəfdən bilavasitə avadanlığın satıcısına göndərilir.

7. Obyektin - əmlakın istismara təhvil-təslim aktı imzalandıqdan sonra, lizinq obyektinin təsadüfi sıradan çıxması və ya xarab olması riski lizinqi alanın üzərinə düşür.

8. Obyektin servis xidməti və sığortalanması lizinqi alanın öhdəliyinə daxildir, lizinqi verən lizinq obyektinin yalnız maliyyə-ləşdirilməsi xidmətini həyata keçirir.

9. Lizinq obyektini, bir qayda olaraq, yüksək dəyərlə fərqlənir.

10. Lizinq müqaviləsi başa çatdıqdan sonra lizinqi alan lizinq obyektini bazar dəyərlə deyil, qalıq dəyərlə almaq hüququna malikdir, həmçinin güzəştli dərəcə ilə yeni müddətə yeni müqavilə bağlaya bilər və ya sövdələşmə obyektini lizinq kompaniyasına qaytara bilər.

Deməli, bir qayda olaraq, maliyyə lizinqi lizinq obyektinin lizinqi verəndən qalıq dəyərlə (müqavilədə qeyd edildiyi kimi) əldə

edilməsilə sona çatır. Əgər, bu halda müqavilədə qeyd yoxdursa, onda lizinqi alan müqavilənin fəaliyyəti dövründə lizinqi verəni öz qərarı barəsində vaxtında xəbərdar etməlidir. Obyektin qalıq dəyəri, bir qayda olaraq, milli qanunvericiliklə tənzim olunur və lizinq obyektinin ilkin dəyərinin 1-10% həcmində olur. Bu da lizinqi verənə avadanlığın bütün dəyərinə amortizasiya hesablamaq imkanı verir.

Maliyyə lizinqində lizinqi verən lizinq obyektinin gələcək istifadəsini maliyyələşdirdikdən sonra, obyektin alınmasına çəkdiyi xərcləri istifadəçi tərəfindən həyata keçirilən dövrü icarə ödənişləri vasitəsilə geri – özünə qaytarır, başqa sözlə istifadəçini kreditləşdirir. Elə ona görə də belə növ lizinq maliyyə lizinqi adlanır. Operativ lizinqdə də lizinqi verən əmlakın alınmasını maliyyələşdirir, bunun nəticəsində isə o, öz üzərinə bir sıra əlavə (servis) funksiyalar götürür.

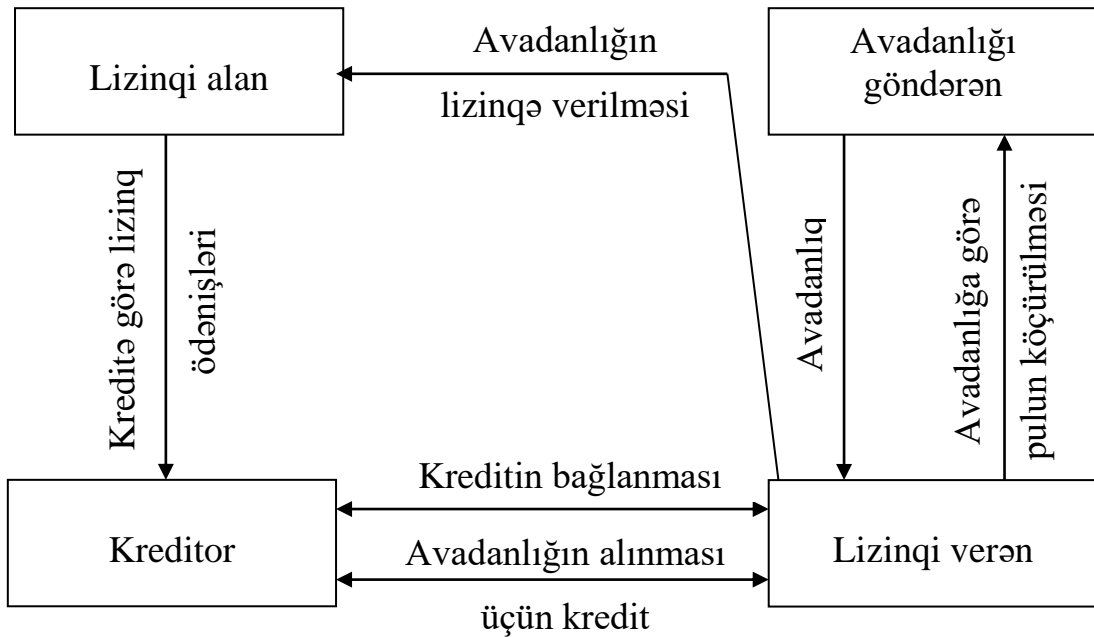
Maliyyə lizinqinin əsas növlərinə aiddir: leveric-lizinq – bölüşdürücü lizinq, səhmdar lizinqi, qaytarılan lizinq, baş lizinq, malgöndərəne lizinq, sublizinq (şəkil 11.3).

Leveric lizinq (bölüşdürücü lizinq – leveraged leasing) və ya **əlavə cəlb edilən vəsaitli lizinq** (şəkil 11.4) çoxkanallı maliyyələşdirmə ilə xarakterizə olunur. Maliyyə lizinqinin belə çox növlüyü zamanı lizinqi verən lizinq obyektinin maliyyələşdirilməsini özünün xüsusi vəsaitləri hesabına deyil, bir və ya bir neçə kommersiya və ya investisiya banklarının kreditlərinin cəlb edilməsi yolu ilə həyata keçirir. Maliyyə sövdələşməsində bankların iştirak dərəcəsi (və ya kreditlərin məbləği) lizinqi verənin – borcalanın kredit qabiliyyətliliyi və tanınma səviyyəsilə müəyyənləşir. Lizinq əməliyyatlarının banklar tərəfindən maliyyələşdirilməsi iki üsulla həyata keçirilir:

– bir lizinq əməliyyatı və ya bir qayda olaraq, bir neçə əməliyyat üzrə borcun verilməsi;

– lizinq kompaniyasının öhdəliyinin əldə edilməsi.

Bu zaman layihənin səmərəliliyi və lizinqi verənin səviyyəsi nəzərə alınır. Bank ssudalarının təminatçısı kimi lizinq obyektı və lizinq ödənişləri çıxış edir. Maliyyə lizinqinin belə müxtəlif növlüyü ABŞ-da geniş yayılmışdır və maliyyə lizinqinin 85%-i bu yolla həyata keçirilir. Vəsaitlərin cəlb edilməsilə həyata keçirilən icarəni həm də **investisiya tipli icarə** də adlandırırlar.



Şəkil 11.4. Bölüşdürücü lizinqin-leveric lizinqin struktur sxemi

Səhmdar lizinqi dedikdə lizinqi verən kimi bir neçə lizinq kompaniyasının iştirakını nəzərdə tutan maliyyə lizinqinin növü başa düşülür. Çox vaxt leveric lizinq və səhmdar lizinqin birgə iştirakını nəzərdə tutan maliyyə lizinqləri iri miqyaslı layihələrin (dəniz gəmiləri, təyyarələr, üzən qazma platformaları və s.) maliyyələşdirilməsi və təşkili üçün tətbiq olunur. Lizinqin iştirakçıları kimi lizinq xidmətlərinin sığortasını təmin edən bir neçə malgöndərən, kreditorlar-banklar, lizinq ödənişlərinin sığortasını təmin edən sığorta kompaniyaları çıxış edirlər. Lizinqi verənlər, bir qayda olaraq, lizinq obyektinin alınmasının 20-40%-ni maliyyələşdirirlər.

Yerdə qalan hissəni isə kreditorlar maliyyələşdirirlər.

Qaytarılan lizinq maliyyə lizinqinin müxtəlif növlərindən olmaqla, mülkiyyətçi firma tərəfindən lizinq kompaniyasının əmlakının satılmasını, sonra isə bu firmanın onunla (lizinq kompaniyası ilə) həmin əmlakın lizinqi haqqında sövdələşmə bağlamasını nəzərdə tutur. Nəticədə, satıcı verilən əmlakın satılması nəticəsində vəsaitləri yubanmadan öz sərəncamına daxil edə bilər. Sonra isə o, lizinqi alan qismində yavaş-yavaş lizinq ödənişlərini yerinə yetirir. Qaytarılan lizinqdə, xüsusi hallarda, lizinqi alan eyni zamanda lizinq əmlakının satıcısı da adlanır. Başqa sözlə, təşkilat lizinq kimi əvvəlcədən ona məxsus olan avadanlığı (və ya digər əmlakı) alır. Geri qaytarılan lizinq zamanı lizinqi verən (lizinq kompaniyası) və təşkilat arasında iki müqavilə: əmlakın alqı-satqısı üzrə və onun lizinqə verilməsi müqaviləsi bağlanılır.

Qaytarılan lizinq istehsal prosesində hər hansı bir dəyişiklik yaratmır. Onun əsas məqsədi kompaniyanın dövriyyə vəsaitlərində olan çatışmazlıqları aradan qaldırmaqdır, çünki bu halda kompaniya eyni zamanda “satılan” əmlaka görə pul əldə edir. Bu növ sövdələşməni zəmanətlə verilən kreditlə müqayisə etmək olar. Ancaq, lizinq müqaviləsi üzrə lizinqi alan üçün xərclər, bir qayda olaraq, bank krediti faizlərinə nisbətən aşağı olur. Vergi ödənişləri və amortizasiyanın digər strukturları geri qaytarılan lizinqə əlavə cəlbədiciliyi təmin edə bilər. Qaytarılan lizinq istehsal kompaniyalarına birinci, lazım gəldikdə öz dövriyyə vəsaitlərini tamamlamağa, ikinci, mülkiyyətçi kimi deyil, artıq lizinqi alan hüququnda verilən əmlakdan istifadəni davam etdirmək imkanı yaradır. Qaytarılan lizinqin vacib üstünlüyü odur ki, o, yeni obyektlərin maliyyələşdirmə mənbəyi qismində istismarda olan obyektlərin istifadə edilməsi imkanı kimi çıxış edir. Bank ssudasını almaq mümkün olmadıqda, o, əlavə vəsaitləri cəlb etməyə və ya inves-

tisiyaları təkrar maliyyələşdirməyə imkan verir.

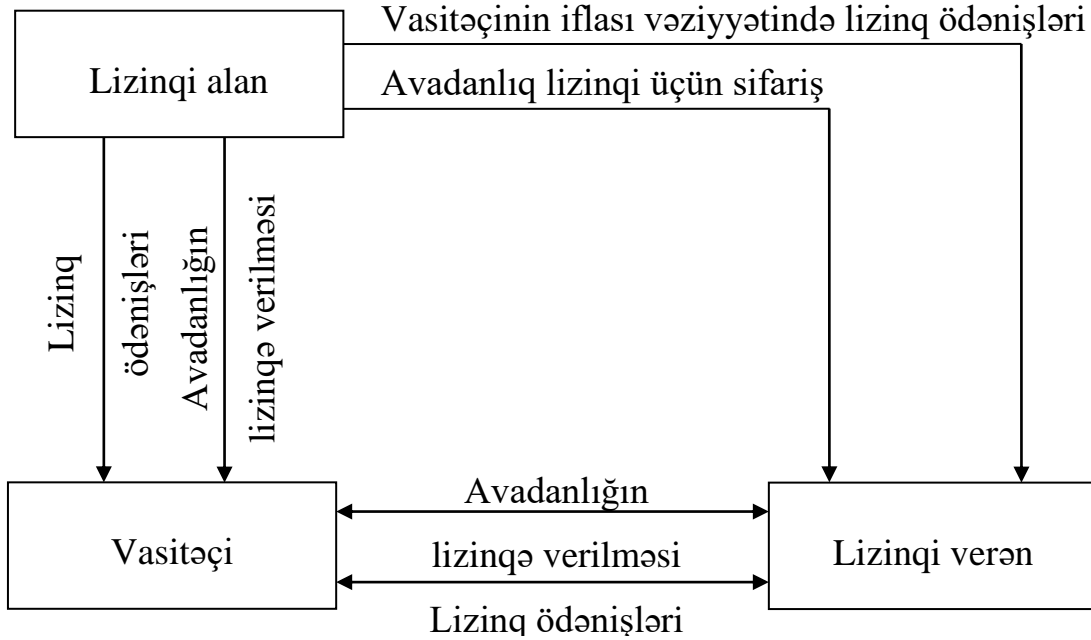
Baş lizinq - lizinqi alana yeni kontraktlar bağlamadan lizinq avadanlıqlarının siyahısını artırmağa – tamamlamağa imkan verir. Lizinqi alana, praktiki lizinq xətləri açılır. Lazım olan əlavə avadanlığın alınması üçün sövdələşmə şərtləri üzrə lizinqi alana yalnız tələb olunan avadanlığın (kataloq və ya razılaşdırılmış siyahıya istinad edilməklə) göndərilməsi sorğusunu göndərmək kifayət edir.

Baş lizinqdən müddətli göndərişlər və ya lizinq üzrə alınan avadanlığın dəyişdirilməsi lazım gəldiyi zaman da istifadə olunur. O, istehsalı lazımi maşınlarla təmin etmək imkanını operativ həll edir. Çünki yeni lizinq kontraktının bağlanması, bir qayda olaraq, 3-4 aydan az müddətdə baş vermir.

Malgöndərənə lizinq – vendor lizinqi - istehsalçı və lizinq kompaniyası arasında xüsusi sövdələşmənin imzalanması vasitəsilə lizinq şərtlərində istehsal olunan məhsulun satışını təmin edən lizinq formasıdır. Verilən razılaşma üzrə, istehsalçı onun məhsulunu alqı-satqı müqaviləsilə ala bilməyən müştəriyə öz məhsulunun satışı üçün lizinq kompaniyasını cəlb edir. Əgər adi lizinq sövdələşməsində lizinq xidmətlərinin satışı müştərinin axtarılmasından başlayırsa, **vendor-lizinqdə** malgöndərən və lizinq obyektinin axtarışından başlayır. Lizinq kompaniyasının potensial istehsalçıları məhsul istehsalçıları (malgöndərənlər) olurlar. **Vendor-lizinq müxtəlif metodlarla:** malgöndərənin reklam materiallarında lizinq kompaniyası haqqında məlumatların yerləşdirilməsindən başlayaraq, lizinq kompaniyası adından alıcı ilə lizinq müqaviləsinin bağlanmasından, onun lizinq kompaniyasına təqdim edilməsinə qədər olan üsullarla həyata keçirilə bilər.

Sublizinqdə (şəkil 11.5) - əsas lizinqi verən vasitəsilə, bir qayda olaraq, həmçinin lizinq kompaniyası vasitəsilə lizinq şərtlərində lizinqi alana avadanlıqlar təqdim edilir. Bu zaman müqavilədə

vasitəçinin iflasa uğraması və ödəniş qabiliyyəti olmadığı hallarda lizinq ödənişlərinin əsas lizinqi verənə ödənilməsinin zəruriliyi nəzərə alınır.



Şəkil 11.5. Sublizinqin struktur sxemi.

Bu cür əməliyyatlar lizinq verənlə lizinq alanın ərazi cəhətdən bir-birindən çox uzaqda yerləşdiyi hallarda istifadə olunur. Bu halda avadanlığın düzgün istifadəsinə görə müşahidələrlə ödənişlərin yığılımı və digər suallarla yerli lizinq kompaniyasının məşğul olması əlverişli hesab edilir. Sublizinq sxemi üzrə çox vaxt holdinq və ya konsernə daxil olan törəmə kompaniyaların material-texniki bazalarını yeniləndirməyi (çünki bu halda ana-baş kompaniya birbaşa subsidiar kompaniyayı kreditləşdirməyi mümkün hesab etmir) həyata keçirirlər. Baş kompaniyaya tabe olan, onunla törəmə kompaniya arasında vasitəçilik rolunu oynayan lizinq forması yaradılır. Bu zaman əsas lizinqi verən qismində baş kompaniya çıxış edir. Vasitəçi kompaniya isə lizinq ödənişlərinin daxil olmasına nəzarət edir, onları əsas lizinqi verənə köçürdür, avadanlığın istifadəsinə nəzarət edir,

başqa sözlə lizinq layihəsini həyata keçirir.

Uzunmüddətli lizinq əməliyyatlarının operativ icarə ilə müqayisədə bir çox fərqləri vardır:

– maliyyə icarəsinin müddəti normativ amortizasiya müddətinə yaxındır;

– lizinqi alanın birtərəfli qaydada müqaviləni vaxtından qabaq pozmaq hüququ yoxdur;

– avadanlığın texniki xidməti və təmirini lizinqi alan həyata keçirir;

– lizinqi alan bir sıra hüquqi üstünlüklərə malik olur.;

– lizinqin müddəti qurtarandan sonra avadanlığın icarədar tərəfindən mülkiyyətinə keçirilməsi imkanının mövcudluğu.

Avadanlığın kreditlə alınması ilə müqavilədə uzunmüddətli lizinqin bir sıra üstünlükləri vardır:

1. Lizinqi alan müasir, bahalı avadanlığı tətbiq etməklə istehsalı təzələyir, onun işindən mənfəət əldə edir və həmçinin kredit şərtlə onun alınması zamanı vəsaitlərinin mobilləşdirilməsindən azad olur.

2. Lizinqi verən avadanlığı lizinq alana müvəqqəti istifadəyə verərkən onun mülkiyyətçisi olaraq qalır, qeyri-əlvərişli hallarda isə həmişə onu sata bilir. Əlbəttə kredit zamanı ödəniş qabiliyyəti olmayan borc alandan pulu almaq daha çətin olur.

3. Kreditə görə borc və faizlərin ödənişinə nisbətən tərəflər daha mütəhərrik ödəniş formalarına malik olur, ona görə də lizinq ödənişləri həm qeyd edilmiş və həm də qarşılıqlı razılaşma üzrə mütəhərrik dəyişən ola bilər.

4. İcarə avadanlığı lizinqi alanın balansında nəzərə alınmadığı üçün o, əmlaka görə olan vergini ödəməkdən azad olur.

5. Lizinqi verən sürətli amortizasiya normalarını tətbiq edə bilər və bunu daxil olan icarə ödənişləri məbləğində nəzərə ala bilər.

6. Lizinqi alan lizinq ödənişlərini maya dəyərə daxil etməklə,

müvafiq mənfəətdən vergini azalda bilir.

7. Avadanlıq göndərən (hazırlayan) lizinq əməliyyatları zamanı öz məhsulunun ixracı üçün əlavə imkanlar qazanır və yeni bazarların əldə edilməsinə nail olur.

8. Lizinq alana icarə edilən avadanlığın tam dəyərinin ödənilməsi barədə məlumat tədqim edilir (bank krediti ilə 80-85% ödənilir).

9. Lizinqin ilkin ödənişi bank krediti faizlərindən aşağıdır.

10. Maliyyə icarəsi avadanlığın göndərilməsini sürətləndirir.

11. Lizinq əməliyyatları zamanı amortizasiya ayırmalarını lizinq verən həyata keçirir.

Cari icarə və ya operativ lizinq, ya da cari lizinq icarəyə verən tərəfindən əvvəlcədən əldə edilən əmtənin icarə müqaviləsində müəyyən edilən müəyyən müddətə icarə haqqı və ya preyskurant icarə dərəcələri əsasında icarəyə verilməsini nəzərdə tutur.

Müəyyən edilən icarə müddəti bitdikdən sonra, icarədar icarə obyektini qaytarmağa borcludur və yaxud konkret sifarişi yerinə yetirmək üçün standart sənaye avadanlığından cari istifadə edə bilər. Cari lizinq əməliyyatları üzrə icarə müqaviləsinin müddəti 2 ildən 10 ilə qədər ola bilər. Müddət qurtardıqdan sonra icarədar firma icarə obyektini geri qaytarır və sonradan bu obyekt onun resurslarının tam istifadə olunmasına qədər təkrar icarəyə verilə bilər. Bu əməliyyatlarda, bir qaqyda olaraq, icarə müddətləri avadanlığın mənəvi və fiziki aşınma müddətindən aşağı olur. İcarə vaxtı avadanlığın sıradan çıxması və itməsi təhlükəsi, adətən, icarə verənin üzərinə düşür. İcarə verən həmçinin, avadanlığın texniki xidmətlərini, cari təmirini və s. xidmətləri həyata keçirir. Cari lizinq növündə icarəverənin bütün riskləri; kommersiya, avadanlığın mənəvi aşınması, rentabelliyin aşağı düşməsinə, təmir və boş dayanmalarla bağlı digər birbaşa və dolaylı xərcləri öz üzərinə götürdüyü üçün icarə haqları maliyyə

lizinqinə nisbətən yüksəkdir.

Beləliklə, operativ lizinqdə obyektin icarəyə verilməsi və əldə edilməsilə bağlı lizinqi verənin bütün xərcləri lizinq (icarə) ödənişləri ilə bir lizinq kontraktı müddətində ödənilir. Operativ – cari lizinq zamanı lizinq kompaniyası özü sərbəst olaraq sonradan müvəqqəti istifadəyə verilməsi üçün təyin olunan avadanlıq parkını formalaşdırır. Belə formada kompaniya əmlakın əldə edilməsi zamanı onun konkret istifadəçisini tanımır. Bu, operativ lizinqdə ixtisaslaşan lizinq kompaniyasından, lizinq əmlakı bazarlarının konyukturasını yaxşı bilməyi tələb edir.

Bütün qeyd edilənləri yekunlaşdıraraq **operativ-cari lizinqin əsas – xarakterik əlamətlərini** aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

1. Lizinqverən bir lizinq kontraktı ərzində lizinq ödənişlərinin daxil olması hesabına öz xərclərini kompensasiya etməyə istiqamətlənmir (nəzərdə tutmur).

2. Cari lizinqdə avadanlıq dəfələrlə lizinqə verilir.

3. Lizinq müqaviləsinin müddəti, bir qayda olaraq, 2 ildən 5 ilə qədər davam edir ki, bu da avadanlığın fiziki aşınması müddətindən əhəmiyyətli dərəcədə azdır.

4. Avadanlığın texniki xidməti, təmiri sığortası üzrə öhdəliklər lizinq kompaniyasının üzərinə düşür.

5. Lizinq əmlakının itməsi, xarab olması, təsadüfən sıradan çıxması riskini lizinqi verən daşıyır.

6. Lizinq müqaviləsi bitdikdən sonra, avadanlıq, bir qayda olaraq, lizinqi verənə qaytarılır. Ancaq lizinqi alan müqaviləni yeni şərtlərlə uzada və ya avadanlığı ala bilər.

7. Avadanlığın istifadəyə yararsız olduğu aşkar olunarsa lizinqi alan müqaviləni vaxtından qabaq ləğv edə bilər.

8. Cari lizinqin obyektləri, bir qayda olaraq, yüksək mənəvi aşınma sürətinə malik olan maşın və avadanlıqların universal

növləridir.

9. Operativ lizinq ödənişlərinin dərəcələri maliyyə lizinqinə nisbətən yüksəkdir (bütün əsas risklərin lizinqi verənə aid olması ilə əlaqədar). Lizinqi alan operativ lizinq vasitəsilə əmlakın sahibliyi ilə bağlı bütün risklərdən azad olma meyarını əsas götürür.

Maliyyələşdirilən lizinq sövdələşmələri aşağıdakı sənədlər vasitəsilə rəsmiləşdirilir:

- lizinqi verən və lizinqi alan arasında bağlanan lizinq kontraktı;
- avadanlığın göndərilməsinin ümumi şərtlərini özündə əks etdirən və mal göndərənlə lizinqi verən arasında bağlanan müqavilə;
- lizinq müaviləsinin obyektini olan avadanlığın faktiki göndərilməsini təsdiq edən qəbul protokolu.

Lizinq kontraktı ümumi olaraq aşağıdakı bölmələrdən ibarətdir:

- tərəflər;
- lizinq kontraktı üzrə tərəflərin hüquq və öhdəlikləri;
- lizinq ödənişləri (əvvəlcə avadanlığın alış dəyərinin 15-20%-i qədər avans, qəbul protokolu imzalanandan sonra qalan 80-85% ödənilir).

- lizinq əməliyyatlarının pozulması qaydaları;
- qəbul protokolu.

Cari lizinq icarə müqaviləsinin əsas şərtləri müqavilənin məzmunu ilə bağlıdır. Belə ki, müqavilədə bir tərəf icarəyə verilən əmlak müvəqqəti istifadəyə verməyi öhdəsinə götürür. Digər tərəf isə istifadə olunan əmlaka görə müqavilənin fəaliyyət müddətində ödənişi həyata keçirməli və müqavilənin müddəti qurtarandan sonra əmlakı icarəyə verənə qaytarmalıdır. Hal-hazırda yüngül və yük avtomobillərinin cari icarəsi üzrə nümunəvi müqavilə nümunələri geniş yayılmışdır. İcarə verənin icarəyə götürənə göstərdiyi xidmətlər müxtəlifdir. Belə ki, icarədar firma göndərilən avadanlığın texniki xidməti və təmirini həyata keçirir, keyfiyyətsiz xidmət zamanı

icarədar müqaviləni dayandıra bilər. İcarədar icarəyə verənin mülkiyyəti olan avadanlığı sığortalamalıdır. Bu işi çox vaxt icarəyə verən də həyata keçirə bilər. Ancaq bu halda sığorta haqqı icarə müqaviləsinin ödənişinə əlavə olunur. İcarəyə götürən icarəyə verənin xüsusi icazəsi olmadan avadanlığı subicarəyə verə bilməz. (Subicarə - təzədən onu başqasına icarəyə vermək deməkdir).

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi cari və maliyyə icarəsinin, hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Bir daha qeyd etmək olar ki, cari icarənin əsas üstünlüyü kiçik və orta firmalara köməklik göstərmək, yüksək elmi-texniki şəraitdə avadanlığın sürətli aşınmasından (mənəvi aşınma) sığortalanmaqdır. Bundan başqa, belə icarə iri miqyaslı başlanğıc kapital xərci olmadan müasir maşın və avadanlıqlardan istifadə etməyə imkan verir. Beləliklə, icarə əməliyyatları əmtəə kreditinin bir növü kimi çıxış edir. İcarə istehsalçıya həm də ona görə əlverişlidir ki, ilkin üzvlük haqqı avadanlığın istismarından əldə edilən mənfəətdən verilir və avadanlığın texniki xidməti icarəyə verənin üzərinə düşür. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq lizinq təcrübəsində maliyyə və operativ lizinq şərtlərinin birgə istifadəsi geniş yayılmışdır. Bu da hər bir lizinq növünün üstünlüklərindən səmərəli istifadəyə imkan verir. Belə birgə icarə tətbiqi ilk növbədə istehsal təyinatlı nəqliyyat növlərinin iri yoltikinti və kənd təsərrüfatı texnikasına aid edilir. Beləliklə, bütün qeyd edilənləri yekunlaşdıraraq və lizinq əməliyyatlarının nəticə etibarilə hal-hazırda digər investisiya formaları ilə müqayisədə geniş yayılmasının bir sıra səbəblərini göstərmək olar:

1. Pul kreditindən fərqli olaraq, əmlak formasında investisiya vəsaitlərin geri qaytarılması riskini azaldır; belə ki, verilən əmlaka görə lizinqi verənin mülkiyyət hüququ saxlanılır.

2. Lizinq 100%-li kreditləşməni təklif etsə də ödənişlərə yubanmadan başlanmasını tələb etmir. Bu da kəskin maliyyə gərginliyi

olmadan istehsal fondlarını təzələməyə, bahalı əmlak almağa imkan verir.

3. Müəssisələrə, firmalara əmlakı ssuda ilə əldə etməyə nisbətən lizinq üzrə almaq daha sərfəli və asandır, belə ki, lizinq əmlakı zəmanət kimi çıxış edir.

4. Ssudaya nisbətən, lizinq razılaşması – sövdələşməsi daha mütəhərrikdir. Belə ki, o, razılaşan tərəflərə ödənişin əlverişli sxemini işləməyə və seçməyə imkan verir. Qarşılıqlı danışıqlara əsasən, lizinq ödənişləri kreditə götürülən avadanlıqlarla istehsal olunan əmtəələrin reallaşdırılmasından alınan gəlirdən həyata keçirilir. Lizinq ödənişləri də öz növbəsində “üzən” və “qeyd edilən” şəkildə ola bilər.

5. Lizinqi alan üçün əmlakın mənəvi və fiziki aşınması, onun köhnəlməsi riski azalır, çünki əmlak xüsusi mülkiyyətə alınmadan müvəqqəti istifadəyə götürülür. Belə ki, lizinq ödənişləri amortizasiya normalarına bağlanmır. Lizinq münasibətlərində lizinqi alan əmlakın sürətli amortizasiyası ilə qarşılaşa bilər.

6. Lizinq əmlakı lizinqi alanın balansında nəzərə alınmır, bu da onun aktivlərinin dəyərini artırmamaqla, onu bu əmlak üzrə olan vergilərin ödənişindən azad edir.

7. Lizinq ödənişləri istehsalın maya dəyərinə aid edildiyi üçün, mənfəətdən verginin səviyyəsini azaldır.

8. İstehsalçı məhsulun satışının əlavə imkanlarını əldə edir, belə ki, maliyyə investisiyasının məhdudiyətləri müəssisələrə çox vaxt öz texnoloji sistemlərini yeniləşdirməyə imkan vermir.

Qeyd etmək lazımdır ki, əgər müəssisədə alternativ variantlar – avadanlığı kreditlə almaq və ya onu müəyyən müddətə lizinq müqaviləsilə əldə etmək variantları mövcud olarsa, onların hər hansı birinin seçilməsi maliyyə təhlili əsasında həyata keçirilməlidir. Buna baxmayaraq, hər halda lizinq praktiki olaraq alternativ olmayan

variant kimi, aşağıdakı hallarda meydana çıxır:

1. Malgöndərən müəssisə öz məhsullarının satışı ilə bağlı üstünlüklərlə rastlaşır, gələcək lizinqi alan – müəssisə isə kifayət qədər xüsusi vəsaitlərə malik deyil və ona lazım olan avadanlığı əldə etmək üçün kredit götürə bilmir.

2. Firma, müəssisə öz xüsusi biznesinə yenidən başlayır (daha çox kiçik sahibkarlıqla bağlı).

Bütün bunlarla yanaşı, lizinqin bir sıra neqativ tərəfləri də mövcuddur. Belə ki, avadanlığın mənəvi köhnəlməsi riski (xüsusən, əgər lizinq müqaviləsi onun bütün amortizasiya müddəti üçün bağlanmırsa) lizinqi verənin üzərinə düşür, lizinqi alan üçün isə avadanlığın alış qiymətinə nisbətən lizinqin dəyəri daha yüksək olur. Maliyyə lizinqinin bir çatışmazlığı da odur ki, avadanlıq sıradan çıxarsa, onun vəziyyətindən asılı olmayaraq ödənişlər müəyyən edilən müddətdə həyata keçirilir.

İstehsal sferasına investisiyaların cəlb edilməsinin stimullaşdırılması, sənaye potensialını yeniləşdirmək, milli istehsalçıların rəqabət qabiliyyətliliyini artırmaq üçün onların lizinq münasibətlərinin inkişafına səy göstərmələrinə şərait yaradılmalıdır. Bunun üçün ilk növbədə kifayət qədər uzunmüddətli (3 ildən az olmayaraq) lizinq sövdələşmələrinin əldə edilməsinə nail olmaq lazımdır. Məhz belə müqavilələr iqtisadiyyata real investisiyaları gətirə bilər. Vergidən tam azad etmək mümkün olmasa da, 3 il və daha artıq müddətli lizinq müqavilələrinin reallaşdırılmasından lizinq verənin əldə etdiyi mənfəət vergisini azaltmaq məqsədli hesab edilir. Uzunmüddətli lizinq müqavilələri bağlayan lizinq kompaniyalarına kredit təqdim edən bankları da stimullaşdırmaq lazımdır. Bundan başqa, beynəlxalq maliyyə lizinqi obyektinə olan əmtələrin ölkəyə gətirilməsi zamanı gömrük rüsumlarının azaldılması imkanlarına da baxılmalıdır. Bütün bu tədbirlər beynəlxalq lizinq kompaniyaları tərəfin-

dən həyata keçirilən əməliyyatların inkişafına əlverişli şərait yaradır.

11.3. Beynəlxalq icarə əməliyyatlarının təşkilati formaları

Beynəlxalq icarə əməliyyatları ilə fəaliyyət sferaları və xarakterləri, hüquqi vəziyyətləri və s.-ə görə fərqlənən çoxlu sayda firmalar məşğul olur. Onların içərisində ixtisaslaşdırılmış kompaniyalar, sənaye TMK-nın törəmə lizinq kompaniyaları, TMB (transmilli banklar) sistemindəki lizinq firmaları, lizinq əməliyyatlarını həyata keçirən sənaye, tikinti firmaları, vasitəçi lizinq firmaları, lizinq assosiasiyaları xüsusi yer tutur.

İxtisaslaşmış lizinq kompaniyaları üçün əsas iş və məqsəd əmtəələrin icarəyə verilməsidir. Belə firmalar müddətinə görə icarənin növündən (lizinq, xayrinq, rentinq) asılı olmayaraq lizinq kompaniyaları adlanır. Bu firmalar içərisində dar çərçivədə lizinq fəaliyyətilə ixtisaslaşmış (məsələn, minik avtomobili, dəmiryol vaqonları, konteynerlər, qaldırıcı kranlar və s.) firmalar və standart avadanlıq növlərinin bir qrupu üzrə əmtəələrin (məsələn; toxuculuq, tikinti və s.) lizinqi ilə məşğul olan firmalar fərqlənir. Adətən bu firmalar öz seçimləri ilə əmtəələri istehsalçıdan alır və onu öz adlarından icarəyə verirlər. Onların öz xüsusi parkları, texniki xidmət sahələri, xüsusi işçi heyəti olur.

Universal lizinq kompaniyaları müxtəlif növlü avadanlıqlar, daha çox isə unikal texniki göstəricilərə malik texniki cəhətdən mürəkkəb avadanlıqları icarəyə verirlər. Belə firmalar, bir qayda olaraq, əmtəələri uzunmüddətli maliyyə lizinqi əsasında icarəyə təqdim edirlər, lizinqi alana onu maraqlandıran avadanlığın istehsalçısını seçmək imkanını yaradır. Onlar lizinq sövdələşməsinin texniki aspektləri, zəmanətləri və təhvil-təslim üzrə öhdəliklərini öz üzərlərinə götürümlər.

Dünya üzrə ən iri istisaslaşmış lizinq firmalarına misal olaraq: ABŞ-da “National cap rentl”, “Berman lizinq”, İngiltərədə “Qodfrey-Devis”, “Kenniqs motor”, Fransada – “Fyul-Karop”, “Vendol ekvipmen” və s.-i göstərmək olar.

Sənaye TMK-nın törəmə lizinq kompaniyaları. Beynəlxalq lizinq kompaniyaları sərbəst olmaqla yanaşı, iri TMK-nın filial və törəmələri kimi fəaliyyət göstərirlər. Onlar iri lizinq kompaniyaları olaraq, həm fəaliyyət göstərdikləri ölkədə, həm də xaricdə iri miqyasda avadanlıqları icarəyə verirlər. Məsələn, ABŞ-ın “Klark” firmasının törəmə müəssisəsi olan “Klark rentl” İngiltərədə, Kanadada, Almaniyada, “Xets korp” TMK-nın törəmə lizinq kompaniyası olan “Xerts ekvipment rentle korp” Cənub-Şərqi Asiya və Avstraliyada öz nəzarəti altında qaldırıcı-nəqliyyat avadanlıqlarını icarəyə verir. Bundan başqa, iri TMK-lar olan və dünyada böyük iqtisadi gücü ilə tanınan digər kompaniyalar, o cümlədən “Krasler” (ABŞ), “Ford motor” (ABŞ), “Folksvagen” (Almaniya), BMW (Almaniya), “Reno” (Fransa), “Sitroen” (Fransa), “Toyota” (Yaponiya), “Nissan Motor K” (Yaponiya) və s. özlərinin xüsusi iri törəmə lizinq kompaniyalarına malikdirlər. Törəmə lizinq kompaniyaları hüquqi sərbəstliyə malik olmaqla yanaşı, TMK-nın tərkibinə daxil olan bankların, sığorta və holdinq kompaniyaları kimi maliyyə institutlarının təqdim etdiyi qiymətli kağızlara buraxılış imkanları da mövcuddur.

TMB sistemində fəaliyyət göstərən lizinq kompaniyaları bankların lizinq firmalarının aktiv surətdə maliyyələşdirilməsi ilə bağlı yaranmışdır. TMB-lar, adətən, ya özlərinin törəmə lizinq kompaniyalarını, ya da digər iri banklarla paritet əsaslarda birgə lizinq firmalarını yaratmaqla, öz kapitalları ilə lizinq firmalarında sahibkarlıq sferasını ilkin mərhələdən özlərinin bank fəaliyyətlərinə möhkəm surətdə bağlayırlar. TMB-lar əslində lizinq kompaniyalarını kreditləşdirməklə, dolayısı yolla lizinqdən istifadə edən müəssisələri

pul formasında deyil, əmtəə krediti formasında maliyyələşdirirlər.

TMB-ın beynəlxalq icarə əməliyyatlarında və lizinq fəaliyyətində iştirakı aşağıdakı yollarla həyata keçirilir:

- özlərinin xüsusi-törəmə lizinq kompaniyalarını yaratmaqla;
- digər banklarla birgə lizinq kompaniyaları yaratmaqla;
- bankların özləri tərəfindən həyata keçirilən lizinq əməliyyatları ilə.

Belə investisiya banklarına misal olaraq “Solomon brazers”, “Dillon Rid”, kommersiya bankları olan “Siti korporeyşn”, “Forst neşnl bank of Çikaqo”-nu, universal iri banklar olan “Barkley bank”, “Bank of Amerika” və s.-ni göstərmək olar.

TMB-nin bank lizinq firmalarının özlərinin də çoxlu sayda xarici filial və törəmə kompaniyalarının mövcudluğu onlara beynəlxalq sferada geniş fəaliyyət imkanları açmışdır. Lizinq obyektlərinin öz filial və törəmə kompaniyaları və ya qarışıq – birgə firmalar vasitəsilə icarəyə verilməsi lizinq kompaniyalarına digər ölkələrin valyuta məhdudiyyətləri və digər ticarət qanunları ilə əlaqədar çoxlu sayda maneələri aradan qaldırmağa imkan verir. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq lizinq əməliyyatları təcrübəsində birgə lizinq kompaniyalarının yaradılması, adətən, çox iri TMB-lər tərəfindən həyata keçirilir. Məsələn, birgə lizinq firması olan “Promoliz”, “Evrobank” (şimali Avropa kommersiya bankı və “Kredi Lione” – Fransa ilə birlikdə yaradılan) tərəfindən yaradılmış, fəaliyyəti aktiv sürətdə bu banklar vasitəsilə koordinasiya olunur.

Lizinq əməliyyatlarını həyata keçirən sənaye, tikinti və digər firmalar (məsələn, avasiya, gəmi nəqliyyatı firmaları) öz nəzarətləri altında olan həm xarici, həm də öz ölkələrində müəssisələri və ya xüsusi satış sistemləri vasitəsilə avadanlıqları icarəyə verirlər (məsələn, “İBM”, “General elektrik” və s.). Belə kompaniyalarla yanaşı, dəzgah, hərəkət edən dəmiryolu, aviasiya və gəmiqayırma

avadanlıqları buraxan kompaniyalar da öz lizinq satış sistemləri ilə beynəlxalq lizinq əməliyyatlarında fəal iştirak edirlər.

Vasitəçi lizinq firmaları kateqoriyasına daxili bazarlarda həm xarici və həm də daxili kontragentlərə əmtəələrin satışı əməliyyatları ilə yanaşı, icarə əməliyyatlarını da fəal surətdə həyata keçirən diler, distribyutor və başqa vasitəçilər aiddir. Diler lizinq vasitəçiləri daha çox avtomobil, dəzgah, yol-tikinti avadanlıqlarının icarəyə verilməsilə məşğul olurlar. İcarəyə götürənin lizinq bazarları haqqında kifayət qədər məlumatı olmayan hallarda dilerlərin fəaliyyəti daha çox önəm kəsb edir. Çox vaxt diler fəaliyyətilə tək-cə kiçik deyil, yaxşı işgüzar əlaqələr dairəsinə, iri maliyyə resurslarına və yüksək imicə malik iri lizinq firmaları da məşğul olurlar.

Lizinq assosiasiyaları. Beynəlxalq lizinq əməliyyatlarının yaranması və genişlənməsilə əlaqədar, lizinq firmaların milli assosiasiyalarına, həmçinin gizli surətdə kartel funksiyalarını yerinə yetirən lizinq klubları bazarlarına olan tələbat da artmışdır. Lizinq assosiasiyaları və klublarının üzvləri ölkə bazarlarını öz aralarında bölməklə, bir-birinə qarşılıqlı əsaslarda potensial lizinq – icarəyə götürən müştəriləri təklif edirlər. Məsələn, “İnterliz” assosiasiyasında İngiltərə, Belçika, Hollandiya, İtaliya, İspaniya və s. ölkələrin lizinq kompaniyaları fəaliyyət göstərir.

11.4. Beynəlxalq maliyyə lizinqi haqqında UNİDROİT-in konvensiyası, müasir şəraitdə beynəlxalq lizinqin xüsusiyyətləri və inkişafı

Ayrı-ayrı ölkələrdə lizinqin güclü inkişafı onun beynəlxalq səviyyəyə yayılmasına gətirib çıxartmaya bilməz. Bu proseslər beynəlxalq lizinq fəaliyyətinin hüquqi bazasının yaradılmasını zəruri etmişdir. 1971-ci ildə Romada xüsusi hüququn eyniləşdirilməsi

(unifikasiyası) – standartlaşdırılması üzrə Beynəlxalq İnstitutda – UNİDROİT-da məqsədi beynəlxalq lizinq fəaliyyəti sahəsində milli qanunvericiliyin harmonizasiyası və eyniləşdirilməsi üzrə konvensiya və ya Razılaşmanın yaradılması olan ekspertlərin işçi qrupu yaradıldı. Beynəlxalq ekspertlər beş ildən artıq müddətdən sonra, müxtəlif ölkələrdəki lizinq təcrübəsi, milli qanunvericilik bazası haqqında materialları yığaraq, vahid eyni formalı qaydalar layihəsinin yaradılması, təsnifləşdirilməsi və öyrənilməsi üçün lizinqin hüquqi bazasını yaratmağa çalışmışlar. Baza elementlərinə görə lizinq verən və lizinq alanın yerləşdiyi yerin müəyyənləşdirilməsi tədbirləri qəbul edildi. Onların müxtəlif ölkələrdə yerləşməsi lizinq sövdələşmələrinin beynəlxalq xarakterini müəyyənləşdirir. Malgöndərənin bu halda harada yerləşməsi ikinci dərəcəli hesab edilir, çünki lizinq müqaviləsi lizinq verən və lizinq alan arasında bağlanılır. Qeyd edilən sənədin hazırlanmasında İtaliya, Macarıstan, Fransa, Birləşmiş Krallıq, İsveçrə və digər ölkələrdən başqa, Lizinq kompaniyalarının Avropa Federasiyası (Leas Eropə), xüsusi hüquq üzrə Haaqa Konvensiyası, AB-ın Bank Federasiyası, İqtisadi əməkdaşlıq və inkişaf üzrə təşkilat iştirak etmişdir. Nəhayət, uzun müzakirələrdən və təhlildən sonra 1988-ci ildə UNİDROİT tərəfindən Beynəlxalq maliyyə icarəsi (lizinq) haqqında Konvensiya (Konvensiya 2) qəbul edildi.

Müasir mərhələdə beynəlxalq lizinqdə aşağıdakıların müəyyən edilməsi çox vacibdir:

- kontraktın valyutasının seçilməsi;
- valyuta məzənnələrinin dəyişmə riskinin qiymətləndirilməsi;
- icarə verənin firmasına tətbiq edilən vergi;
- ölkələr arasında ikiqat vergiqoymanın tətbiq edilməməsi haqqında razılaşmanın mövcudluğu;
- icarəyə götürənin ölkəsində xarici icarəyə verənin mülkiyyət

hüququnun qorunması.

Bir qayda olaraq, əmlak və maliyyə risklərinin sığortalanması məsələlərinin həlli həm lizinq kompaniyaları, həm də lizinqi verənlər tərəfindən həyata keçirilir. Lizinq kontraktı üzrə lizinqi alan sövdələşmə obyektinin qəbulunu bilavasitə göndəriş zamanı həyata keçirməli, avadanlığın qəbulunun lazımı texniki və hüquqi şərtlərini təmin etməlidir. Lizinq öhdəliklərinin ödənilməsi həm pul, həm də digər formalarda baş verə bilər. İEO-də lizinq zamanı bir çox hallarda barter sövdələşmələrinin elementlərindən də istifadə olunur. İcarə ödənişləri hesabına icarəyə götürənin istehsal etdiyi əmtəələr (neft, almaz, dəri və s.) keçirilir. Ancaq bu halda həmin əmtəələrin sərbəst dönərli valyutada satışı ilə məşğul ola bilən üçüncü tərəfi cəlb etmək lazım gəlir.

İlk beynəlxalq lizinq sövdələşməsi keçən əsrin 50-ci illərində amerika lizinq kompaniyaları tərəfindən bağlanmışdır. ABŞ-da istehsal olunan müxtəlif avadanlıqlar beynəlxalq lizinq kontraktları üzrə digər ölkələrə verilmişdir. Bu halda lizinqi verən – ABŞ-ın rezidenti lizinq obyektinin sürətli amortizasiyasını tətbiq etmək və həmçinin investisiya vergi güzəştlərini əldə etmək imkanlarına malik olmuşdur. Bununla da, lizinqi alan – qeyri-rezident üçün beynəlxalq lizinq sövdələşməsinin dəyərini azaltmağa nail olunmuşdur. Daha sonra bu təcrübə sistemə İngiltərədən, Avropanın digər ölkələrindən və Asiyadan olan firmalar keçmişdir. Hal-hazırda dünyada formalaşan regional lizinq bazarlarının özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Müasir lizinqin bütün formalarından istifadə edən yüksək inkişaf etmiş lizinq əməliyyatları sistemə İngiltərə malikdir. Ancaq, son zamanlar bu ölkənin normativ bazası lizinq əməliyyatları üzrə olan vergi güzəştlərini tətbiq etməyə imkan vermir ki, bu da lizinq əməliyyatlarının səviyyəsinə böyük təsir göstərir. Vergi güzəştlərinin istifadəsinə söykənən lizinq əməliyyatlarının geniş inki-

şafi Fransa, Almaniya və İsveçrədə müşahidə olunur.

Yaponiyada da lizinq münasibətləri yaxşı inkişaf etmiş sistemə malikdir. Yapon lizinq kompaniyaları (20-dən artıq lizinq kompaniyasının nümayəndəlikləri) dünyanın əksər ölkələrində aktiv fəaliyyət göstərirlər. Yaponiya lizinq kompaniyalarının əsas fəaliyyət sferası – hava və dəniz nəqliyyatı avadanlığıdır.

Çin isə xarici investorlarla birlikdə lizinq kompaniyalarının yaradılması təcrübəsini daha müvəffəqiyyətlə tətbiq edir. Bu regionda lizinq əməliyyatlarının genişlənməsində gələcəkdə Çin lizinq kompaniyalarının rolunun artması proqnozlaşdırılır.

Avstraliyada, əsasən, daxili bazarın xidmətinə istiqamətlənən lizinq əməliyyatları daha geniş yayılmışdır və bank kreditləşməsi sistemindən burada daha çox istifadə olunur.

Beynəlxalq lizinq xidmətləri bazarı hal-hazırda ən dinamik bazarlardan hesab edilir. Onun müasir mərhələsinə məxsus ən geniş yayılmış xüsusiyyət kimi beynəlxalq lizinq cəmiyyətlərinin yaradılması təşkil edir. Məsələn, “Avropa lizinq cəmiyyətlərinin birliyi” 17 Avropa ölkəsinin cəmiyyət və ittifaqını özündə birləşdirir.

Lizinq xidmətləri sövdələşmələrinin vəsaitləri müxtəlif mənbələrdən: dövlət büdcəsindən (daha çox məqsədli layihələrin həyata keçirilməsi məqsədilə) və daha çox lizinq xidmətlərini maliyyələşdirən kommersion banklarından daxil olur. “Avrolizinq”-ə daxil olan ölkələrin əksəriyyətinin lizinq kompaniyaları bankların tabeliyindədirlər.

Ancaq çox iri sərbəst lizinq kompaniyaları isə beynəlxalq lizinq müqavilələrində investisiya bankları rolunda çıxış edən xarici filiallar sistemə malikdirlər. Ümumiyyətlə, müasir dövrdə beynəlxalq lizinq fəaliyyətində, lizinq kompaniyalarının işinin təşkilində kommersion banklarının böyük rolu müşahidə olunur.

Maliyyə lizinqinin əsas mərkəzlərini – sığorta kompaniyaları

və investisiya fondları təşkil edir ki, bu da sığorta kompaniyalarına lizinq kompaniyalarının təşkilində zəmanətçi statusunda çıxış etmək imkanını yaradır.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində beynəlxalq lizinq də çox sürətlə inkişaf edir. Dünyanın bir çox regionlarında gedən integrasiya proseslərində beynəlxalq lizinq sövdələşmələri əlavə investisiyaların cəlb edilməsinin əsas və səmərəli mexanizmi kimi çıxış edir.

Hal-hazırda beynəlxalq lizinq sövdələşmələrini iri TMB olan: “BNP Paribas”, “Rabo bank”, “Ge capital”, “Barclays” və s. beynəlxalq maliyyə təşkilatları olan Dünya bankı, Avropa Yenidənqurma və İnkişaf bankı və s. həyata keçirir.

Beynəlxalq lizinqin inkişafına səbəb olan faktorlardan:

- müxtəlif ölkələrin istehsal, vergi və digər milli üstünlüklərindən istifadə etmək;
- iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi proseslərini sürətləndirmək;
- resurslara qənaət etməklə, lizinq münasibətləri iştirakçılarının mənfəətini artırmaq;
- beynəlxalq maliyyə mərkəzlərinin vəsaitlərindən istifadə və s.-ni göstərmək olar.

“EvrAzES”-in bir sıra üzv ölkələri avtobus və yük avtomobillərinin lizinqi ilə məşğul olurlar. ABŞ-da belə bank kimi, dünyada ən iri banklardan olan “Sitikorp” bankı eyni ada malik lizinq kompaniyalarına malikdir. Yaponiyada lizinqin maliyyələşdirilməsilə məşğul olan banklara misal olaraq “Daichi Kangyo Bank”, “Long-Term Credit bank of Japan”, “Bank of Tokyo” və s. sığorta kompaniyalarını göstərmək olar. Lizinq kontraktları üçün tələb olunan vəsaitlərin toplanması üçün istiqrazlar buraxıla bilər və ipoteka institutlarından istifadə oluna bilər. İstiqrazların alıcısı kimi, adətən, investisiya bankları, ixrac-idxal agentləri və digər təşkilatlar çıxış edir.

İstiqrazların əsas təminatçısı kimi elə lizinq aktivlərinin özü əsas rol oynayır.

Beynəlxalq lizinqin, o cümlədən bank və sənaye kapitalının inteqrasiyası üsulu kimi maliyyələşdirilməsinin stimullaşdırılması ölkələrin bütövlükdə lizinq sövdələşmələrinin maliyyə mexanizminin aktiv istifadəsini və formalaşmasını nəzərdə tutan **investisiya-innovasiya strategiyasının** işlənməsini tələb edir. Bu zaman, qloballaşmanın və beynəlxalq inteqrasiyanın inkişafı şərtində qeyd edilən mexanizmdə lizinq sövdələşməsi iştirakçılarının vergi qoyma, sığorta, büdcə maliyyələşdirmə sistemi təcrübəsinin, həmçinin lizinq sferasında dövlət siyasətinin təkmilləşdirilməsini zəruri edir.

XII FƏSİL. BEYNƏLXALQ TURUZM ƏMƏLİYYATLARI VƏ ONLARIN TƏŞKİLİ

12.1. Turizm prosesləri və turist xidmətlərinin növləri

Müasir dövrdə turizm dünyanın əksər ölkələrinin və regionlarının sosial-iqtisadi, mədəni və siyasi fəaliyyətinin əsas aparıcı sahələrindən birinə çevrilmişdir. Turizm sferalarında bir çox sahələrin: mədəniyyət, nəqliyyat, təhlükəsizlik, mehmanxana biznesi və s. maraqları kəsişir və bu sahələrin müxtəlifliyinə baxmayaraq, onlar ümumi məqsədin – turizm xidmətlərində birgə, səmərəli fəaliyyətinin həyata keçirilməsində çox intensiv iştirak edirlər. Turizm beynəlxalq münasibətlərdə, o cümlədən dünya iqtisadiyyatında əhəmiyyətli yer tutur. Dünya əhalisinin hər il 1 milyarda yaxın hissəsi turist məqsədlərilə xarici ölkələrə səfər edirlər.

Turizm (fransız sözü “torisme” – “gəzinti”, “səyahətə getmək” deməkdir) əsasən cəmiyyətin yeni yerlər, səyahətlər haqqında informasiyalara böyük tələbatlarının yarandığı inkişaf dövründən meydana gəlmişdir. Belə informasiyaların əldə edilməsi vasitəsi olan turizm insan cəmiyyətinin obyektiv inkişaf nəticəsi və qanunauyğunluğudur.

Beləliklə, **turizm** – vətəndaşın müəyyən müddətdə gəldiyi ölkədə (yerdə) əvəzi ödənilən fəaliyyətlə məşğul olmadan sağlamlıq, görüb dərk etmək, peşəkar-işgüzar, idman, dini və başqa məqsədlərlə öz stabil (sabit) yaşadığı yerdən müvəqqəti çıxıb getməsidir (səyahət etməsidir). Bu mənada müasir iqtisadi elmlər turizmə - çoxsahəli özünəməxsus mürəkkəb iqtisadi bir sistem kimi baxırlar. Hələ qədim zamanlardan insanlar səyahət etməyə meyli olmuşlar. Səyahət də öz növbəsində insana rahatlıq, zövq gətirmiş və həmçinin istirahət imkanları yaratmışdır.

İqtisadiyyatın inkişafının nəticəsi olaraq, səyahətlərə tələbatların çox yüksəldiyi müəyyən dövrdən sonra bu xidmətlərin istehsalçılarının sayı da artmağa başladı. Turistlərə (səyahət edən insanlara) xidmət üçün müəyyən edilmiş turist xidmətləri istehsalçıları “turizm” sənayesində birləşdilər.

Turist sənayesi – mehmanxana və digər yerləşdirmə, nəqliyyat vasitələrinin, ictimai qidalanma obyektlərinin və istirahət-şənləndirmə vasitələrinin, dərketmə, işgüzar, sağlamlıq, idman və digər təyinatlı obyektlərin, turoperator və turagent fəaliyyətini həyata keçirən, həmçinin səyahət və tərcüməçi-gid (müşaiyət edən) xidmətlərini həyata keçirən təşkilatların məcmusudur. Turizm vacib ilkin həyat tələbatı əmtəəsi kimi çıxış etmir. O, insanların müəyyən gəlir və cəmiyyətin müəyyən “varlılıq” səviyyəsində tələbata çevrilir. Turist xidmətləri beynəlxalq əmtəə dövriyyəsində “görünməz əmtəə” kimi çıxış edir. Turizm insanların, adətən, yaşadıkları və işlədikləri yerdən digər yerlərə müvəqqəti yerdəyişməsi kimi qəbul edilir. “Müvəqqəti yerdəyişmə” anlayışı şərti olaraq bir ilə qədər olan dövr başa düşülür. Beynəlxalq statistikaya əsasən peşəkarlıq – iş fəaliyyətindən başqa, istənilən məqsədlə digər ölkəyə ən azı bir gecəlik gedən şəxs xarici turist hesab edilir.

Turizm hal-hazırda, XXI əsrdə ən kütləvi fenomen kimi real surətdə həyatın bütün sferalarına daxil olmuşdur. Turizm iqtisadiyyatın inkişafının çox vacib faktoruna çevrilərək, turizm sənayesinin yaranmasına böyük təkan vermişdir.

Turist xidmətləri əhalinin istehlak etdiyi xidmətlərin əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir. O, özünəməxsus sosial-sağlamlıq xarakterinə malikdir və bu xüsusiyyətlər özünü istirahətdə, şəxsiyyətin inkişaf imkanlarında, tarixi və mədəni dəyərlərin dərk edilməsində, idmanla məşğul olmaqda, mədəni-kütləvi tədbirlərdə iştirak etməkdə və s. biruzə verir. Deməli, **turist xidmətləri** – turistin tələbatının

ödənilməsi üzrə turların və ya onların ayrı-ayrı tərkib hissələrinin təşkili və həyata keçirilməsi istiqamətində təşkilatların (turist və ya fərdi sahibkarların) fəaliyyətinin nəticəsidir. Beləliklə, turizm özündə iqtisadi, sosial, humanitar, tərbiyəvi və estetik faktorları birləşdirir.

Turizm siyasi və iqtisadi vəziyyətdən, eyni zamanda moda və reklamdan asılı olaraq, insanların tələb və maraqlarına, əhval-ruhiyyəsinə təsir edir və turist tələblərini yaradır. Turist təklifləri (turistləri daha çox qəbul edən ölkələrin sayı) əhəmiyyətli dərəcədə turist gəzintilərinə olan tələbi (turistləri göndərən ölkələrin sayı) ötür. Buna görə də turizmin iki istiqamətindən (daxili və beynəlxalq) ən əsası hesab edilən beynəlxalq turizm bazarları alıcı bazarları hesab olunur. Dünya bazarlarında görünməz əmtəə kimi təqdim edilən turist xidmətləri hal-hazırda çox müxtəlifdir. Onlara aiddir:

1. Turistlərin yerləşdirilməsi xidmətləri (mehmanxanalarda, pansionatlarda və s.)

2. Turistlərin müxtəlif sərnişin nəqliyyat növləri ilə təyinat ölkəsinə qədər və ölkələrin sərhədləri daxilində yerdəyişməsi üzrə xidmətlər.

3. Turistlərin qidalandırılması xidmətləri (restoranlarda, kafelərdə, barlarda, pansionatlarda və s.).

4. Turistlərin mədəni tələbatlarının ödənilməsinə yönləndirilən xidmətlər (teatrlara, konsert zallarına, muzeylərə, şəkil qalereyalarına, təbii və tarixi yerlərə və s. gəzintilər).

5. Turistlərin işgüzar maraqlarının ödənilməsinə yönəldilmiş xidmətlər (konqres, simpozium, elmi konfrans, yarmarka və sərgilərdə iştirak və s.).

6. Ticarət müəssisələrinin xidmətləri (hədiyyələrin, suvenirlərin və s. satışı).

7. Sənədlərin rəsmiləşdirilməsi üzrə xidmətlər.

Turistlərə öz istəyinə görə yuxarıda qeyd edilən və ya digər ayrıca bir xidmət növü, yaxud da kompleks xidmətlər təqdim edilə bilər. Tam xidmətlər kompleksi turistlərə **inklyuziv tur (inclusive tour)** və ya **pekic turların (package tour)** satılması yolu ilə təqdim olunur.

İnklyuziv tur çox vaxt aviasiya daşınmaları zamanı tətbiq olunur. Belə ki, bu halda turistin təyinat yerinə və əksinə daşınması xərcləri bəzən adi hallardakı xərclərin yarısından da az ola bilən xüsusi işlənmiş **inklyuziv tariflərin** əsasında müəyyən olunur. Belə turlar həmçinin turistlərin mehmanxanada yerləşməsi, tam və ya qismən qidalanma xərcləri və s. xidmətləri özündə birləşdirir. İnklyuziv turların ümumi dəyəri, adətən, adi tariflərdən, daha doğrusu verilən ölkəyə qədər daşınmaların dəyərindən aşağı olmamalıdır. İnklyuziv turlar həm qrup şəklində, həm də fərdi turist gəzintilərində istifadə olunur.

Pekic tur da müştəriyə kompleks xidmətlər təklif edir, ancaq nəqliyyat xərclərini özündə birləşdirməyə də bilər. Belə turlar adətən, əvvəldən reklam edilən proqramlar üzrə təşkil edilir.

Beynəlxalq səviyyədə “inklyuziv-tur” və “pekic-tur” anlayışları arasında elə də fərq yoxdur. Sadəcə, Qərbi Avropa ölkələrində daha çox “inklyuziv-tur”, ABŞ-da isə “pekic-tur” anlayışları istifadə olunur.

Beləliklə, turist xidmətlərinə aid olan **turist turları** dedikdə təqdim olunan səyahətin məqsədindən asılı olaraq, turistlərə, onların yerləşdirilməsi, daşınması, qidalanmasının təmini üzrə kompleks xidmətlər, həmçinin tərcüməçi və turmenecerlər daxil olmaqla, digər xidmətlər başa düşülür. Turist turları ilə yanaşı, turist xidmətləri turpaket əsasında həyata keçirilir. **Turpaket** dedikdə isə, fərdi və kollektiv olmaqla, müəyyən marşrut və proqram üzrə əvvəlcədən gediş biletlərinin “bron” və əldə edilməsilə, mehmanxana, nəqliyyat,

ekskursiya, qidalandırma, vizaların rəsmiləşdirilməsi, sığorta və s. xidmətlər daxil olmaqla kompleks turist xidmətləri nəzərdə tutulur. Turpaketlər həmçinin, transfert (görüşlər, yüklərin gəlmə və yaşayış yerlərinə çatdırılması), idman, mədəni və digər tədbirlərdə iştirak, mağazalara gəzintinin təşkili, pasportların, tibb və veterinar sertifikatların rəsmiləşdirilməsi, avtomobillərin icarəsi və s. xidmətləri özündə birləşdirir. Turist turları və turist paketlərinin quruluşu ölkələrdən, turistlərin tərkibindən, onların alıcılıq qabiliyyətindən, təklif olunan xidmətlərin çeşidi, xarakter və keyfiyyətindən asılı olaraq dəyişir.

Beləliklə, turizm hər bir ölkədə mehmanxana sektorunun, restoranlar şəbəkəsinin, nəqliyyat sisteminin inkişafına və iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin fəaliyyətinə təkan verməklə, məşğulluğun artmasına və xarici valyuta axınlarına əlverişli şərait yaradır. Turizm yüksək gəlirli sahə hesab edilir və investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinin müqayisəsinə görə ölkələr üçün ən iri ixrac potensialı olan üçlüyə daxildir (neft qaz sənayesi, avtomobilqayıma və turizm).

12.2. Beynəlxalq turizm əməliyyatları, onların növləri və formaları

Turizm dünya iqtisadiyyatında getdikcə daha böyük rol oynadığına görə dünyanın əksər ölkələrində bu sahə güclü inkişaf edir. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin əsas formalarından biri olan beynəlxalq turizm bu istiqamətdə xüsusi rol oynayır. Ölkələrdə daxili turizmlə yanaşı, beynəlxalq turizm də çox intensivləşməkdədir.

Beynəlxalq turizm – beynəlxalq xidmətlərin ticarətinin xüsusi bir istiqaməti olmaqla insanların turist kimi beynəlxalq hərəkəti və

ya səyahətilə bağlı fəaliyyət sferasıdır. **Beynəlxalq turizm əməliyyatları** – xarici turistin mənəvi-mədəni tələblərinin geniş dairəsini ödəmək məqsədilə müxtəlif növ turist xidmətlərinin təqdim edilməsinə istiqamətlənmiş fəaliyyət növüdür. Beynəlxalq turizmdə “turist”, “qonaq” və “səyahətçi” anlayışını fərqləndirirlər. Bu fərqi əsasını xaricdəki gəzintinin müddəti təşkil edir. Belə ki, xaricdə səyahətin minimum dövrü 24 saat, maksimum bir il olarsa, onda turist gəzintisi adlanır. Qəbul edən ölkədə bir neçə saat və gecələmədən səyahət edənlər isə qonaq, səyahətçilər (ekskursantlar) adlanır.

Beynəlxalq turizm əməliyyatları ölkələr arasındakı iqtisadi, siyasi və mədəni əlaqələrə böyük təsir göstərir və ona görə də hər bir ölkə bu sahəni inkişaf etdirməyə səy göstərir. Bunun əsas səbəblərindən biri də odur ki, beynəlxalq turizm ölkəyə valyuta axınını gücləndirir. Beynəlxalq turizmin inkişafında əsas nəqliyyat növü kimi təyyarələr çıxış edir. Buna baxmayaraq, bu istiqamətdə avtomobil və avtobus nəqliyyatı da geniş yayılmışdır. ETT-in inkişafının bilavasitə aviasiya nəqliyyatına təsir göstərməsilə əlaqədar həmin nəqliyyat növünün turist gəzintilərində daha çox istifadə olunması, bu sahədə tariflərin aşağı salınması ilə də sıx bağlıdır. Beynəlxalq turizm üçün ən xarakterik məqam turistlərin sayının kəskin artması və nəticədə turizmdən valyuta daxil olmalarının intensivləşməsidir. Bu səbəbdən də beynəlxalq turizm bir çox İEÖ və İEOÖ-lər üçün xarici valyuta axınlarının əsas mənbəyi kimi çıxış edir. Beynəlxalq turizm Qərbi Avropa ölkələrində daha çox inkişaf etməkdədir. Belə ki, bu regionun payına dünya turist bazarlarının 70%-i, valyuta daxil olmalarının 60%-i düşür.

Beynəlxalq Turist Təşkilatı beynəlxalq turizm əməliyyatları ilə bağlı dünya ölkələrini iki qrupa ayırır: **daha çox turist göndərən**

ölkələr (ABŞ, Belçika, Danimarka, Almaniya, Hollandiya, Yeni Zelandiya, İsveç, Kanada, İngiltərə və s.) və **daha çox turist qəbul edən ölkələr** (Fransa, ABŞ, İspaniya, İtaliya, Macarıstan, Çin, İngiltərə, Polşa, Avstriya, Meksika, Çexiya və s.). Beləliklə, beynəlxalq turizm əməliyyatlarının inkişafının əsasını ölkələr arasında BİM, sosial və iqtisadi tərəqqi təşkil edir. Beynəlxalq turizm istirahətin geniş yayılmış növü olmaqla, dünya iqtisadiyyatının aktiv inkişaf edən sferasıdır.

Beynəlxalq turizmi hal-hazırda aşağıdakı kriteriyalar üzrə təsnifləşdirirlər (şəkil 12.1).

Beynəlxalq turizmin məqsəd funksiyalarının izahını aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

1. Dərketmə turizmi – təbiətlə tanışlıq, mədəni-tarixi, təsərrüfat yerlərinə səyahət, etnik və mədəni əyləncə turizminə ayrılır. Bura həmçinin festival turizmi – milli və beynəlxalq yarmarkalara, sərgilərə, idman yarışlarına, xüsusilə dünya olimpiadalarına səyahətlərin təşkili də aiddir.

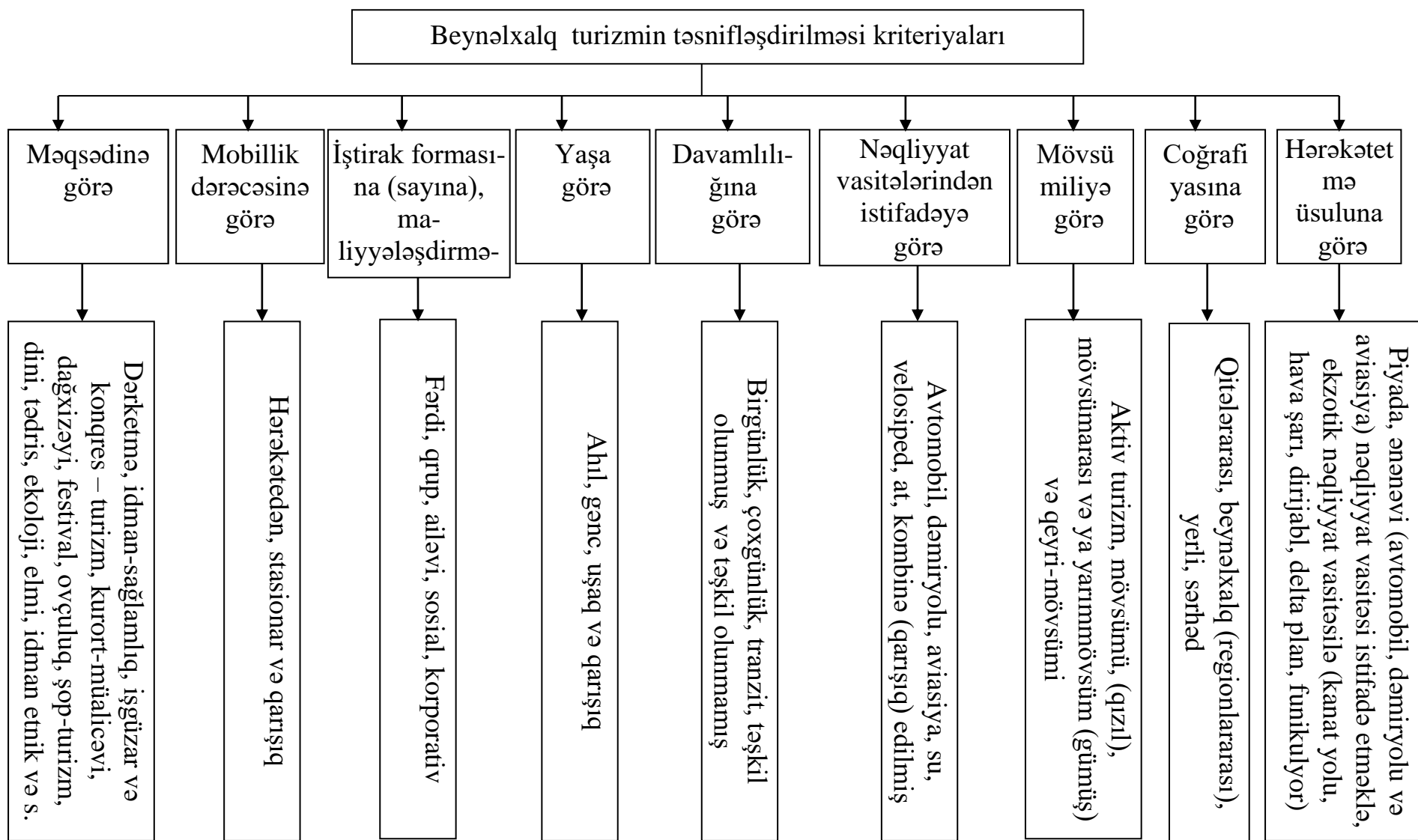
2. Kurort və müalicəvi turizm – istirahət və müalicə məqsədilə özündə iqlim-müalicəvi, palçıqla müalicə, çimərlik, gəzinti və s. birləşdirir.

3. İşgüzar və konqress-turizm - işgüzar səfərlər, ticarət yarmarka, sərgi və biznes-seminarlarda iştirak aiddir.

4. İdman turizmi - özündə su, piyada, dağ xizəyi, velosiped, avtomobil, alpinizm və s. idman növlərini birləşdirir.

5. Şop-turlar (şopturizm) – ticarətlə bağlıdır.

6. Ekoloji turizm – xüsusi növ turizm olmaqla, əsas vəzifəsi turist rayonlarının mədəniyyətinə qayğı, ətraf mühitə minimum təsir etməklə onun resurslarından istifadə etməkdir.



Şəkil 12.1. Beynəlxalq turizmin təsnifləşdirilməsi kriteriyaları və onların qısa xarakteristikaları.

7. Elmi turizmin məqsədi beynəlxalq elmi konfrans, simpozium, seminarların keçirilməsi, digər turizm növləri ilə birlikdə onların təşkilidir.

8. Tədris turizminə - beynəlxalq tələbə mübadiləsi, təhsil turları, xarici ölkələrin universitet və kolleclərində xarici dillərin öyrənilməsi daxildir.

9. Dini turizm - xüsusi müqəddəs dini yerlərə və mərkəzlərə (məsələn, Məkkə və s.) ziyarətlərin təşkil edilməsilə bağlıdır.

10. İşgüzar turizm – işgüzar danışıqların keçirilməsi üçün təşkil edilir.

11. Etnik turizm – qohum, tanışlarla görüşlə bağlı təşkil olunur.

Keçirilmə metoduna görə turizmi iki istiqamətə bölürlər:

Təşkil olunmuş turizm - turist firmaları və ya həvəskar ictimai təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilir. O, üç qrupa bölünür:

– **planlı**, yəni qəbul edən ölkə ilə əvvəlcədən razılaşdırılmış və işlənmiş marşrut üzrə təşkil olunur;

– **sərbəst**, yəni turist qrupları turist firmalarına və digər təşkilatlara müraciət etmədən sərbəst olaraq ölkəyə gəlməyi planlaşdırır .

– **özbaşına** – verilən ölkəyə müəyyən razılaşdırılmış proqram olmadan gəlməyi nəzərdə tutur.

İştirakçılarının sayına görə: fərdi və qrup (və ya kollektiv) turizmi fərqləndirirlər.

Fərdi turizm - əldə edilən tur əsasında bir və ya bir neçə şəxsin sərbəst səyahətini nəzərdə tutur.

Qrup və ya kollektiv turizm - hamı üçün eyni olan şərtlərdə, vahid marşrut üzrə əvvəlcədən qruplaşdırılmış şəxslərin birgə səyahətidir.

Beynəlxalq qaydalara əsasən, kollektiv turizmə 15 və daha artıq insanın birgə səyahəti aiddir. Belə turların qiyməti fərdi turizmə nisbətən dəfələrlə azdır.

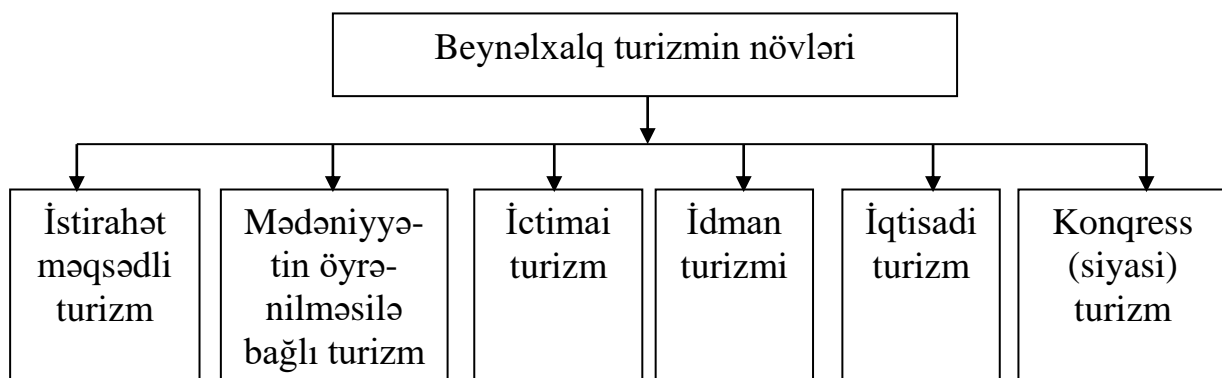
Maliyyələşdirmənin növünə görə turizmi ailəvi, sosial və korporativ növlərə ayırırlar.

Ailəvi turizm – turistlərin öz şəxsi vəsaitləri hesabına maliyyələşdirilir.

Sosial turizm – dövlət bücəsindən və xüsusi fondlar hesabına maliyyələşdirilir.

Korporativ turizm isə - xüsusi firmaların vəsaitləri hesabına maliyyələşdirilir.

Beynəlxalq turizmin idarə edilməsi sistemində onun ümumi şəkildə altı növünü fərqləndirirlər (şəkil 12.2) (insanları gəzintiyə motivləşdirən əsas səbəblərə görə).



Şəkil 12.2. Beynəlxalq turizmin növləri

İstirahət turizmi – orqanizmin psixi və fiziki bərpa məqsədilə qısa və daha uzunmüddətli istirahət məqsədi daşıyır. Bundan başqa, bu qrupa **kurort turizmi** də - orqanizmin müalicəsi və bərpa üçün təbii müalicə mənbələrindən, dəniz suyu və iqlimdən istifadənin nəzərdə tutulması aiddir.

Mədəniyyətin öyrənilməsi məqsədli turizmi – digər, yad mədəniyyətlərin öyrənilməsinə istiqamətlənir. O, iki istiqamətə:

dərketmə - ölkənin sosial-iqtisadi münasibətləri ilə maraqlanmağı, onun tarixi, mədəni və ya coğrafi yerlərinə səyahəti nəzərdə tutan gəzinti və **zəvvarlıq** – xüsusi dini mahiyyət kəsb edən yerlərə getməyi nəzərdə tutan turizm növlərinə ayrılır.

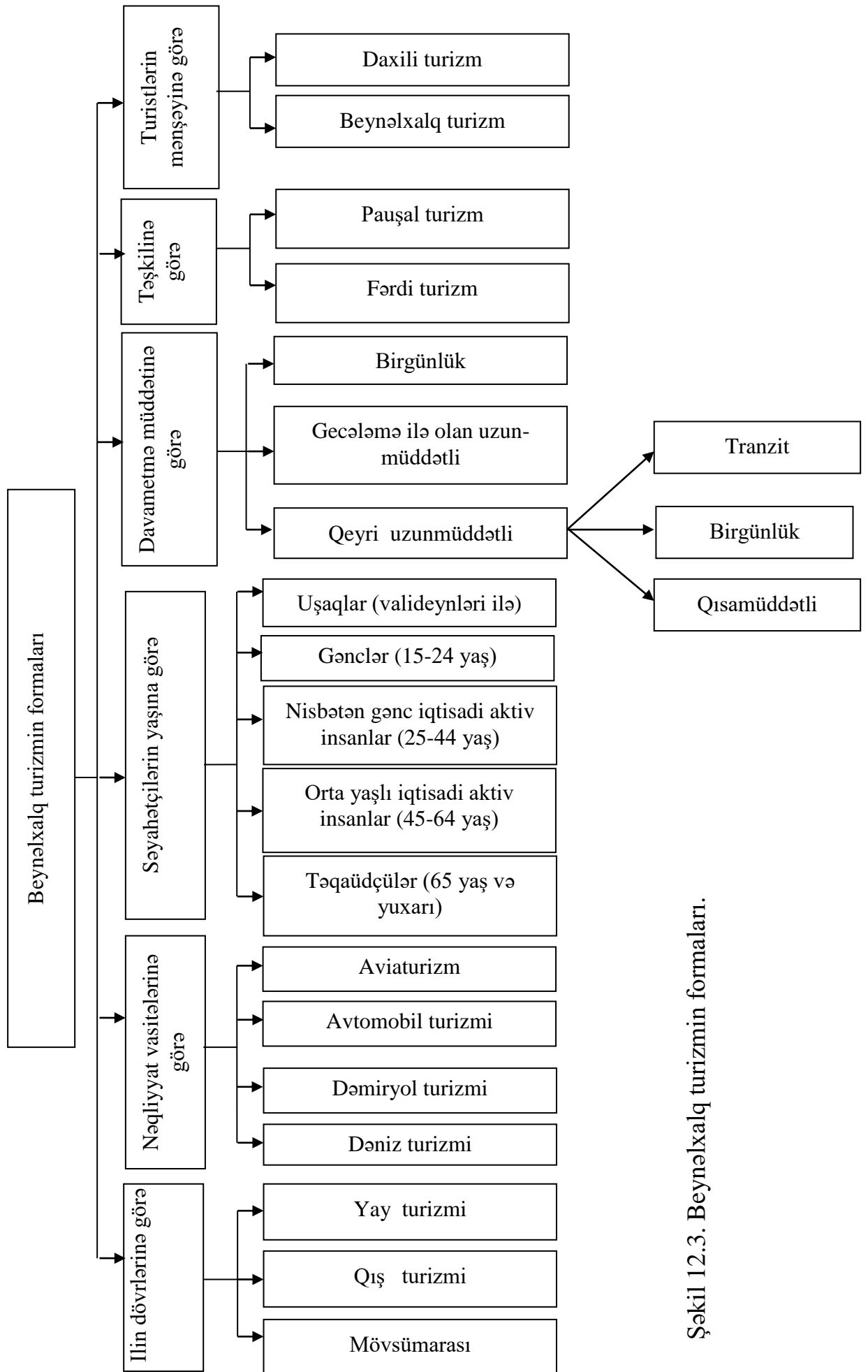
İctimai turizm - qohum, tanış, dostları görmək məqsədilə təşkil olunan səyahətlər (beynəlxalq anlayış kimi: **visiting** – **friendsandrelatives** – **VER** adlandırılır), bura həmçinin **klub turizmi** də aiddir. **Klub turizmi** onunla fərqlənir ki, səyahət edən şüurlu surətdə qrupa inteqrasiya olunur. Qrupda birləşmə daha çox əyləndirici və ya idman proqramları ilə maraqlanan şəxslərə aiddir.

İdman turizmi - idman tədbirlərində aktiv iştirak və həmçinin idman yarışlarında sadəcə passiv iştirakı nəzərdə tutur.

İqtisadi turizm - peşəkar və kommersiya maraqları olan insanların birjalarda, sərgi və yarmarkalarda iştirakı məqsədini daşıyır.

Konqress və siyasi turizm – diplomatik turizmə, konqreslərdə iştirak və həmçinin siyasi tədbir və hadisələrlə bağlı olan turizm istiqamətlərinə ayrılır.

Turizmin formalarına gəldikdə isə qeyd etmək lazımdır ki, xarici kriteriyalara görə turizmin formalarını ayırmaq üçün çoxlu sayda imkanlar mövcuddur: turistlərin mənşəyinə, təşkilati formalarına, səyahətdə olma müddətinə, yaşa, nəqliyyat vasitələrinə, ilin dövrlərinə və ya mövsümə və s-ə görə. İlk baxışdan turizmin forma və növləri arasında elə də fərq olmadığı görünür. Hər iki halda səyahət müəyyən nöqtəyi nəzərdən qruplaşdırılır. Əsas fərq ondadır ki, turizmin növlərini səyahət edənlərin motivasiyası üzrə, daha doğrusu daxili faktorlara, **turizmin formalarını** isə xarici səbəb və təsirlərə görə ki, bu da menecment üçün şox vacibdir. Beynəlxalq turizmin formaları şəkil 12.3-də göstərilmişdir. Turistlərin mənşəyinə görə turizmin formalarını müəyyən edərkən, fərqləndirirlər “mənşəy” anlayışı altında insanların milliyyəti və ya anadan olduğu yer deyil,



Şəkil 12.3. Beynəlxalq turizmin formaları.

onların yaşadıkları və işlədikləri yerin nəzərdə tutulduğunu qeyd etmək lazımdır.

Pauşal tur - standartlaşdırılmış, əvvəlcədən təşkil olunmuş turist xidmətləri kompleksi olmaqla, müəyyən bir dəyərlə kompleks turist xidmətlərinin göstərilməsini nəzərdə tutur.

Fərdi turizmdə - turist gəzintini özü təşkil edir və onu sərbəst həyata keçirir.

Birgünlük turizm belə təsnifləşdirilir: 3 saatdan az; 3-5 saat; 6-8 saat; 9-10 saat; 12 və daha çox saat müddətli bir günlük turizm növlərini fərqləndirirlər.

Gecələmə ilə olan uzun müddətli turizm belə təsnifləşdirilir: 1-3 gecəlik; 4-7 gecəlik; 8-28 gecəlik; 29-31 gecəlik və 92-365 gecəlik.

Tranzit turizm - turistlərin təyinat yerinə getməsi zamanı dayanaq etməsilə bağlıdır.

Birgünlük turizm isə, gecələməyi nəzərdə tutmadan, gündüz müddətində (işıqlı vaxtda) olan səyahəti nəzərdə tutur.

Qısamüddətli turizm özündə işgüzar turizmi və istirahət günlərində olan gəzintini birləşdirir. Gəzintinin şəxsi və ya işgüzar məqsədli olmasından aslı olmayaraq, onun orta davam etmə müddəti 2-4 gündür, daha doğrusu minimum – bir, maksimum – üç gecələmə günü müddətindədir.

Qeyd edilən altı kriteriyadan başqa, digər təsnifat formaları da mövcuddur.

12.3. Beynəlxalq turizm, inkişaf xüsusiyyətləri, rolu və nəticələri

Beynəlxalq turizm hal-hazırda dünya iqtisadiyyatının daha gəlirli və dinamik inkişaf edən sahəsi hesab edilir. XXI əsrin əvvəllərinə ümumi dünya ixracının həcmnin 8%-ə yaxını və xidmətlərin

beynəlxalq ticarətinin 30-35%-i beynəlxalq turizmin payına düşür. Beynəlxalq ticarət və beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin digər formaları inkişaf etdikcə, dünya üzrə təhsil və mədəniyyətin səviyyəsi yüksəldikcə, beynəlxalq turizm də sürətlə inkişaf etməyə başlamış və bu ənənə hal-hazırda davam etməkdədir.

Beynəlxalq turizm öz başlanğıcını daha çox inkişaf etmiş ölkələrdə kapitalizm quruluşunun möhkəmləndiyi dövrdən – XIX əsrin ortalarından götürür. Beynəlxalq turizm beynəlxalq həyatın digər tərəfləri ilə sıx qarşılıqlı əlaqədə inkişaf edir və o, təkcə dünyadakı ümumi siyasi və iqtisadi vəziyyətə deyil, ayrı-ayrı ölkələrdəki duruma da reaksiya verir. XX əsrin başlanğıcında nəqliyyat sahəsindəki nailiyyətlər beynəlxalq turizmin də inkişafında əks olundu. Səyahətlər, ekskursiyalar üçün gəmilər, avtomobil yolları, dəniz yolları geniş istifadə olunmağa başlandı.

20-ci əsrin əvvəllərində beynəlxalq turizm əlaqələri vasitəsilə ölkələr arasında iqtisadi, sosial, siyasi və mədəni aspektlərdə inkişafın zəruriliyi bu istiqamətdə milli turist və nəqliyyat təşkilatları arasında birgə fəaliyyətin razılaşdırılması məsələsini gündəliyə gətirdi. Belə ki, 1925-ci ildə Turizmin təbliğatının rəsmi assosiasiyasının beynəlxalq konqresi, 1927-ci ildə Rəsmi turist təşkilatlarının beynəlxalq konqresi, 1930-cu ildə Turizmin təbliği və təşkilinin beynəlxalq təşkilatı yaradıldı.

Bu dövrlərdə artıq beynəlxalq turizm durmadan inkişaf etməklə və təkmilləşməklə praktiki olaraq fərdi formalardan təşkil olunmuş formalara keçdi. Bu isə dünya turizminə rəhbərlik üçün daha təkmil təşkilati strukturların formalaşması zərurətini yaratdı. Bir çox ölkələrin xarici-siyasi və xarici iqtisadi fəaliyyətində xarici turizmin rolunun artması BMT və onun ixtisaslaşdırılmış təşkilatlarını beynəlxalq əməkdaşlığın çox sürətlə inkişaf edən bu sahəsinə diqqəti artırmağa təhrik etdi. Belə ki, 1963-cü ildə Romada BMT-nin turizm

və səyahətlər üzrə I konfransı keçirildi və turizmin inkişafı ilə bağlı bir sıra tövsiyə və qərarlar qəbul olundu, turizmin maddi bazasının yüksəldilməsi yolları, ixtisaslaşdırılmış kadrların hazırlanması və həmçinin inkişaf edən ölkələrə turizm sənayesinin yaradılmasına kömək məsələləri müəyyən olundu.

Keçən əsrin 70-ci illərində BMT yanında Ümumdünya Turist Təşkilatı (ÜTT) yaradıldı. ÜTT-in əsas məqsədi beynəlxalq səviyyədə turist mübadiləsini asanlaşdıran norma və qaydaların işlənməsidir. Onun əsas fəaliyyəti turizm sferasında dövlətlərin beynəlxalq əməkdaşlığını inkişaf etdirməyə yönəldilmişdir. Keçən əsrin 80-ci illərində turizm bütün dünyada daha da sürətlə inkişaf etməyə başladı. Buna baxmayaraq, dünyanın müxtəlif regionlarında onun inkişafı eyni səviyyədə olmamışdır. Belə ki, Avropa, Afrika və Latın Amerikasında beynəlxalq turist mübadiləsinin artımı orta dünya göstəriciləri səviyyəsində olsa da, Yaxın Şərq ölkələrində bu göstərici həmin səviyyədən 3 dəfə, Cənubi Asiyada 5 dəfə, şərqə Asiyada isə 10 dəfə artıq olmuşdur. Bu dövrlərdə Avropa dövlətləri və Şimali Amerika həm xarici turistlərin qəbulu, həm də vətəndaşların xaricə turist kimi getmələri üzrə lider mövqe tutmuşlar. Xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, bu dövrlərdə beynəlxalq turist mübadilələrindən daxil olmaların və gəlirlərin artım ənənəsi müşahidə olunmağa başladı. Dünya turizm bazarı daha rəngarəng olmaqla, müxtəlifliyi ilə fərqlənməklə, turist tələbinin strukturunda dəyişikliklər formalaşmağa başladı. Dünya turist bazarları üç hissəyə ayrılmaqla bir-birindən fərqlənməyə başladı: gənclər turizmi, böyüklər turizmi və yaşlı insanlar üçün turizm. Turizmin inkişafı üçün Qərbin sənaye ölkələrində şəhər əhalisinin artımı da böyük rol oynadı. Bu da həm beynəlxalq və həm də daxili turizmin inkişafını şərtləndirdi. Turist tələblərinin strukturundakı dəyişikliklərə, əhalinin həm orta gəlirli, həm yüksək gəliri olmayan, həm də aşağı gəlirli təbəqəsi turist xidmət-

lərinə intensiv cəlb olunmaqla, əhəmiyyətli təsir göstərdi. Bu dövrlərdə qrup şəklində olan turist xidmətlərinin həcmi də artmağa başladı. Çünki, belə xidmətlər mehmanxana müəssisələrinə, nəqliyyat vasitələrinə təklif olunan güzəştli tariflərlə bağlıdır. Beləliklə, **beynəlxalq turizmin inkişafının əsasını aşağıdakı faktorlar təşkil edir:**

1. İqtisadi artım və sosial inkişaf, işgüzar səfərlər və dərkətmə məqsədli səyahətlərin sayının artmasına gətirib çıxartdı.

2. Bütün növ nəqliyyatların təkmilləşdirilməsi səyahətlər və gedişlərin ucuzlaşmasına səbəb oldu.

3. İnkişaf edən ölkələrdə muzzdu işçi və qulluqçuların sayının artımı və onların maddi və mədəni səviyyəsinin yüksəlməsi.

4. Əməyin intensivləşməsi və işçilər tərəfindən daha uzunmüddətli məzuniyyətlərə malik olmaları.

5. Ölkələr arasında dövlətlərarası münasibətlərin və mədəni mübadilələrin inkişafı həm regionlararası, həm də regionlardaxili şəxsiyyətlər arasında əlaqələrin genişlənməsinə səbəb oldu.

6. Xidmət sferalarının inkişafı daşınma strukturlarının və telekommunikasiya sahələrində texnoloji irəliləyişlərin əldə edilməsini stimullaşdırdı.

7. Bir çox ölkələrdə valyutaların aparılması məhdudiyyətlərinin zəifləməsi və sərhəd rəsmiləşdirilməsi qaydalarının sadələşdirilməsi və s.

Müasir cəmiyyətdə beynəlxalq turizmin rolu getdikcə artmaqdadır ki, bu da hər bir ayrıca ölkənin iqtisadiyyatına onun daim artan təsiri ilə bağlıdır. İqtisadiyyatda beynəlxalq turizm bir çox funksiyaları yerinə yetirir. Bu da onun əhəmiyyətini və rolunu artırır. Beləliklə, **beynəlxalq turizmin iqtisadiyyat üçün əhəmiyyəti və onun funksiyaları** aşağıdakılarla izah olunur:

1. Beynəlxalq turizm ölkələr üçün valyuta daxil olmalarının

mənbəyi kimi çıxış edir və məşğulluğun artırılmasının vasitəsi rolunu oynayır. Bundan başqa, beynəlxalq turizm turistlərə yerli məhsulların satılması yolu ilə “daxili ixrac” ilə valyutaların ölkəyə daxil olmasını da təmin edir. **Beynəlxalq turizmdən daxilolmalar** dedikdə xarici turistlərin ölkəyə gələrkən əmtəə və xidmətlərə görə həyata keçirdikləri ödənişlər (əlavə məşğulluqdan və beynəlxalq nəqliyyat ödənişlərindən daxil olan mənfəətlər istisna olmaqla) başa düşülür. **Beynəlxalq turist xərclərinə** verilən ölkənin vətəndaşları tərəfindən xaricdə əmtəə və xidmətlərə görə həyata keçirdikləri ödənişlər daxildir. Proqnoz hesablamaları göstərir ki, beynəlxalq turizmdən gəlirlər 2020-ci ildə təxminən 2 milyard ABŞ dollarını ötcək. Beynəlxalq turizmdən gəlir və xərclər arasındakı nisbətə görə region və ölkələr bir-birindən fərqlənir. Belə ki, daha çox müsbət saldoya malik olan ölkələr arasında İspaniya, Fransa, Avstriya, İtaliya xüsusi yer tutur, daha çox mənfi saldoya malik ölkələr Yaponiya və Almaniya hesab edilir.

2. Turizmdən valyuta daxilolmaları geridə qalmış regionların inkişafını sürətləndirməklə, nəinki turist sferasında, həm də regional və milli iqtisadiyyatın digər sahələrində investisiya proseslərinin sürətlənməsinə təkan verir. Beynəlxalq turizmin yüksək inkişafı ilə əlaqədar bu sferaya mehmanxana təsərrüfatı, nəqliyyat, yeyinti, ayaqqabı, tikiş və digər sahələr də cəlb olunur. Tibbi xidmətə tələb artır, hədiyyələrin hazırlanması ilə bağlı xalq sənətkarlığı stimullaşdırılır. Beləliklə, turizmin inkişafı yeni iş yerləri yaratmaqla, ölkədə ÜDM-in gəlirlərinin artmasına səbəb olur.

3. Beynəlxalq turizm ölkənin ÜDM-ni artırmaqla, ödəniş-tədiyyə balansının da müsbət saldoya malik olmasına böyük imkanlar açır. Bir çox ölkələr beynəlxalq turizm vasitəsilə ödəniş balansının problemlərini həll etməyə çalışırlar. ÜTT-nin məlumatlarına əsasən, dünyanın 15 ölkəsində turizmdən daxil olmalar onların ixrac

gəlirlərini hətta bir neçə dəfələrlə ötür. Belə ölkələrə subtropik zonda yerləşən ada ölkələri – Barbados, Seyşel adaları və s. aiddir. 45 dünya ölkəsində turizmdən daxil olmalar ixracın 1/4 hissəsini ötür. Bura əsasən, iqtisadiyyatı zəif inkişaf edən ölkələr aiddir (Avstriya, İspaniya və Portuqaliya istisna olmaqla).

4. Beynəlxalq turizm məşğulluğu artıqmaqla, əhalinin gəlirlərinin yüksəlməsinə səbəb olur və nəticədə millətin həyat səviyyəsi yaxşılaşır. Turizmdə əmək resurslarının əsas hissəsi mehmanxana və restoran təsərrüfatının, müxtəlif turist xidmətlərinin, həmçinin qarışıq sahələrin – yeyinti, tikinti, dağ-xizək inventarlarının istehsalı və s. payına düşür. Turist qəbul edən ölkələrdə turizmin inkişafı nəinki valyuta daxil olmalarını təmin edir, həmçinin yeni iş yerlərinin yaranmasına təkan verir.

5. Beynəlxalq turizm bu sferaya xidmət edən sahələr yaratmaqla, iqtisadiyyatın diversifikasiyasına səbəb olur. Beləliklə, müasir dövrdə - XXI əsrdə beynəlxalq turizm ən kütləvi fenomen olmaqla, onun inkişafı ölkələrin infrastrukturalarının genişlənməsi və sülh proseslərinin güclənməsinə təkan verir.

Beynəlxalq turizmin inkişafı müsbət nəticələrə səbəb olmaqla və böyük əhəmiyyətə malik olmaqla yanaşı, onun ölkələr üçün bir sıra neqativ nəticələri də mövcuddur. **Beynəlxalq turizmin neqativ nəticələrinə** aiddir:

1. Sosial-iqtisadi nəticələr. Onlar ilk növbədə inflyasiyanın mümkün idxalı ilə əlaqədardır. Belə ki, xarici turistlərin ölkəyə axını turist sferalarındakı əmtəələrə tələbin artması, verilən ölkənin vətəndaşlarının alıcılıq qabiliyyətinin artması və bu ənənələrin digər sahələrə yayılması ilə əlaqədar ölkədə qiymətlərin artımına səbəb olur. Bir qayda olaraq, turizmin inkişafı ölkədə ənənəvi kənd təsərrüfatının istehsal formalarının sıxışdırılmasına, yerli əhalinin yerdəyişməsinə səbəb olur.

2. Həyat tərzinin bahalaşması effekti və xarici turistlərin əxlaqı ilə əlaqədar sosial-mədəni və psixoloji nəticələr. Onlar özəl, xalqa məxsus ənənələrin unudulmasına və “qərb fikir tərzinin” yaranması və artmasına səbəb olur.

3. Təbii landşaftın sənayeləşməsi, yolların, limanların tikintisi, su hövzələrinin və çimərliklərin çirklənməsinin sürətlənməsilə əlaqədar ekoloji nəticələr.

4. Valyuta nəticələri. Əlbəttə, milli iqtisadiyyat üçün beynəlxalq turizm ilk növbədə valyuta daxilolmalarının əsas mənbələrindən biri hesab olunur. Amma, bununla yanaşı onun ölkədən axınına da səbəb olur. İEÖ-lər turizm sənayesi üçün lazım olan avadanlığı və həmçinin turistlər üçün əhəmiyyətli miqdarda əmtəə və məhsulları idxal etməyə məcbur olurlar. Turistlər belə ölkələrə gələrkən xarici istehlak əmtəələrinin idxalını da artırır. Bütün bunlara baxmayaraq beynəlxalq turizm inkişaf etməkdə davam edir və onun məqsədləri də genişlənir.

12.4. Dünya turist mərkəzləri və bazarlarının müasir inkişaf ənənələri və perspektivləri

Dünya turizm bazarlarında turizm mərkəzlərini və ya ölkələri aşağıdakı kimi fərqləndirirlər:

- Turistləri göndərən ölkələr;
- Turistləri qəbul edən ölkələr.

Turistləri göndərən əsas lider ölkələrə, bir qayda olaraq, ABŞ, Almaniya, İngiltərə, Belçika və s., qəbul edən ölkələrə isə Fransa, İspaniya, ABŞ, İtaliya və s. aiddir. Turizmdən daxil olan gəlirlərə görə İEÖ, o cümlədən ABŞ, İspaniya, Fransa, İtaliya liderlik edirlər.

Avropa regionunun payına ümumdünya turizm daxil olmalarının 50%-ə yaxını və beynəlxalq turist gəlmələrinin 60%-ə qədəri düşür.

Avropa ölkələrinin dünya turizm bazarındakı uğurları aşağıdakılarla izah olunur:

- ümumdünya əhəmiyyətli tarixi-mədəni memarlıq abidələri və təbii – gəzinti xarakterli milli parkların mövcudluğu;
- turizm sənayesi və ticarətinin geniş, inkişaf etmiş sferaları;
- avropalıların öz məzuniyyətlərini yaxın xarici, hətta uzaq ölkələrdə ənənəvi keçirmək istəkləri və s.

Avropa regionu ölkələri arasında cənub orta Aralıq dənizi ölkələri: İspaniya, İtaliya, Yunanıstan, Almaniya, Avstriya liderlik edirlər. Bu ölkələrin payına turist gəlmələrinin təxminən 20%-i düşür. Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri, Bolqarıstan, Xorvatiya, Çexiya, Macarıstan dünya turizm bazarlarının 11%-ə yaxınını tuturlar.

Dünya turizm mərkəzləri içərisində Asiya-Sakit Okean regionu xüsusi yer tutur. Hətta bu ölkələri gələcəyin turizm yönəldiciləri də adlandırırlar. Onların payına dünya turizm bazarlarının 20%-ə yaxını düşür. Bu regionda subregional ölkələr kimi Şimal-Şərqi Asiya (Yaponiya) və Cənub-Şərqi Asiya ölkələri (Malaziya, İndoneziya, Tayland) və həmçinin Cənubi Asiya ölkələri (Vyetnam, Hindistan, Şri-Lanka) xüsusi yer tutur. Şərqi Asiya, Sakit okean regionu xarici turistləri, hər şeydən əvvəl, öz unikal təbiətinə, həm də yeni sənaye ölkələrinin mövcudluğuna görə cəlb edir. Yaponiya, Cənubi Koreya və Tayvanda əyləncə turizmi daha çox inkişaf etmişdir. Honkonq və Sinqapur isə əla şoppinq-turizm xidmətləri təklif edir. Regionda ən mühüm turist ölkəsi kimi Tayland artıq bütün dünyada tanınmaqdadır. Bu ölkələrin cənubunda yeni çimərlik sahələrinin açılması, şimal istiqamətində mədəni-dərketmə gəzintilərinin təşkili bu sahənin inkişafına təkan vermişdir.

Amerika regionu dünya turizm bazarlarında üçüncü yeri tutur və təxminən 17% paya malikdir. Bu regionda əsas yeri Şimali Amerika ölkələri – ABŞ, Meksika və Kanada tutur. ABŞ dünyada ən geniş

mehmanxana sektoruna və inkişaf etmiş nəqliyyat strukturuna malik ölkə hesab edilir.

Dünya turist mərkəzləri içərisində sonrakı mövqelər Afrika (CAR, Tunis, Marokko və s.) və yaxın şərq ölkələrinə (BƏƏ, Səudiyyə Ərəbistanı və s.) aiddir.

Son dövrlərdə Türkiyənin bir ölkə kimi dünya turizminin inkişafında xüsusi rolu vardır. Hər il Türkiyəyə turist axınları artır və orada ildə təxminən 10 mlyn xarici turist istirahət edir. Türkiyədə gələcəkdə turizmin qlobal inkişaf ənənələrinə uyğun olaraq, dövlət və xüsusi sektorun yenidən təşkili və inkişafı, turizm sektoru obyektlərinin məcburi sığortası, Aİ normalarına uyğun turist kadrlarının hazırlanması və s. tədbirlər nəzərdə tutulur. Xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, Türkiyədə xaricilər tərəfindən kurort rayonlarında daşınmaz əmlakın əldə edilməsi üçün əlverişli şərtlər yaradılmışdır.

Dünya turist bazarlarındakı daimi dəyişmələr, xüsusilə Yaxın Şərqdə mövcud siyasi vəziyyətlə sıx bağlıdır. İran körfəzindəki müharibədən bir çox ölkələr, o cümlədən İraq çox zərər çəkmişdir. Bu da ölkənin turist sektorunun inkişafına zərbə vuran əsas faktorlardandır.

Dünyanın quru sahəsinin 1/6-ni əhatə edən keçid iqtisadiyyatlı keçmiş SSRİ ölkələri turizmin inkişafı üçün çox böyük təbii resurslar, tarixi yerlər, arxitektura abidələri və s. cəlbedici imkanlara malikdirlər. Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar olaraq bu ölkələrə, o cümlədən Azərbaycana da turizm sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar böyük axın hiss olunmaqdadır. Ancaq bu sahədə bir çox problemlərin mövcudluğu turizm sənayesinin inkişafının dünya səviyyəsi göstəricilərindən hələlilik geri qalmasına səbəb olmuşdur. Bütün bunlara baxmayaraq dünya turizm mərkəzlərinin inkişafı daim genişlənməkdədir. Proqnozlara görə 2020-ci ildə dünya turist xidmətlərindən daxil olmalar 2 trilyon ABŞ dolları təşkil edəcəkdir.

2020-ci ildə turistlərin qəbulu və ölkədən gedən turistlər üzrə lider ölkələrin göstəriciləri cədvəl 12.1 və 12.2-də verilmişdir.

2020-ci ildə turistlərin qəbulu üzrə lider ölkələr, turist xərcləri

Cədvəl 12.1

Sıra sayı	Ölkə	Turistlərin gəlməsi, mln. adam	Dünya turist axınlarındakı payı, %-lə	1995-2020-ci illərdə orta artım, %-lə
1	Çin	137,1	8,6	8,0
2	ABŞ	102,4	6,4	9,5
3	Fransa	93,3	5,8	1,8
4	İspaniya	71,0	4,4	2,4
5	Honkonq	59,3	3,7	7,3
6	İtaliya	52,9	3,3	2,2
7	Böyük Britaniya	52,8	3,3	3,0
8	Meksika	48,9	3,1	3,6
9	Rusiya	47,1	2,9	6,7
10	Çexiya	44,1	2,7	4,0
	Cəmi	708,8	44,2	100

Cədvəldən görüldüyü kimi, ən çox turistlərin gəldiyi ölkə Çin olacaq, Honkonq və Rusiyada da artım tempi gözlənilir. Avropa ölkələri arasında Çexiyada da böyük uğurlar gözlənilir.

2020-ci ildə turist getmələri üzrə lider ölkələr

Cədvəl 12.2

Sıra sayı	Ölkə	Gedən turistlər, mln. adam	Dünya turist axınlarındakı payı, %-lə
1	Almaniya	163,5	10,2
2	Yaponiya	141,5	8,8
3	ABŞ	123,3	7,7
4	Çin	100,0	6,2
5	Böyük Britaniya	96,1	6,0
6	Fransa	37,6	2,3
7	Niderland	35,4	2,2
8	Kanada	31,3	2,0
9	Rusiya	30,5	1,9
10	İtaliya	29,7	1,9
	Cəmi	788,9	49,2

Ölkədən gedən turist axınlarının ən çox gözlənilməsi proqnozlaşdırılan ölkələr Niderland, Almaniya, Böyük Britaniya, Kanadadır.

Perspektivdə, daha doğrusu yaxın on illikdə dünya turizm bazarlarında və beynəlxalq turizmdə inkişafın əsas xarakterik xüsusiyyətlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

1. Beynəlxalq turist fəaliyyəti göstəricilərinin sonrakı artım ənənəsi.

2. Dünyada baş verən siyasi və iqtisadi vəziyyətin turizmə daimi təsiri.

3. Turizmin müəyyənedici faktoru kimi sosial-demoqrafik dəyişikliklər, elektron informasiya və kommunikasiya sistemlərinin çıxış etməsi.

4.Həm qlobal, həm də orta və kiçik bizneslə məşğul olan turoperatorların fəaliyyətinin genişlənməsi.

5.Dünya turizminin inkişafında turist təkliflərinin verilməsi üzrə rəqabətin kəskinləşməsi və s.

Nəticə olaraq, son dövrlərdə beynəlxalq turizmin və dünya turizm mərkəzlərinin inkişafında meydana çıxan bir sıra xarakterik xüsusiyyətləri də qeyd etmək olar:

1.Turizmin məqsədlərinin dəyişməsi. Əgər əvvəllər beynəlxalq turizmin əsas məqsədi yay məzuniyyətinin təşkili idisə, hal-hazırda insanlar aktiv istirahətə, idmana və sağlamlığın qayğısına daha çox diqqət ayırırlar. Bunun üçün dünya turizm mərkəzlərində bu istiqamətdə müxtəlif marşrutlar təklif edən ixtisaslaşdırılmış turist kompaniyaları yaradılır və onlar öz fəaliyyətlərində yeni mədəni-mühəndis işləmələrini tətbiq etməyə çalışırlar (məsələn: Braziliya karnavalı və s.). İşgüzar turizm artıq digər turizm növlərini ötməkdədir. Bu da TMK-ın fəaliyyəti, biznesin beynəlmilləşməsilə sıx bağlıdır.

2.Beynəlxalq əməkdaşlıq formalarının dəyişməsilə əlaqədar dünya turizm sənayesindəki dəyişikliklərin artması.

Belə ki, dünya turist sənayesinin əsas sahələrində TMK-lar liderlik edirlər. Onların payına dünya mehmanxana təsərrüfatının əsas hissəsi düşür. İri turoperator kompaniyaları təşkil olunmuş turistlərin 80%-nə xidməti təmin edirlər. Xarici firmaların lisenziyası üzrə beynəlxalq turizmin maddi-texniki bazasının yaradılmasında istehsal kooperasiyası fəaliyyəti genişlənir ki, bu əlaqələr də uzunmüddətli münasibətlərə, dayanıqlığa və böyük həcmlərə əsaslanır. Müasir dövrdə turist xidmətlərinin bilavasitə reallaşdırılması və göstərilməsi üzrə ən geniş yayılmış forma kimi birgə turist firmalarının yaradılmasını, xarici firma və təşkilatlarla ticarət-sənaye əməkdaşlığını, turist kadrların hazırlanması əməkdaşlığını, elmi-tədqiqat işlərini və s. qeyd etmək olar. Bütün bunlar turist xidmət-

lərinin həcmi və keyfiyyətinin artmasına, onun maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsinə xidmət edir. Bu istiqamətdə ölkələrin “Ümumdünya turist Vauçer” sisteminə qoşulmasını qeyd etmək olar.

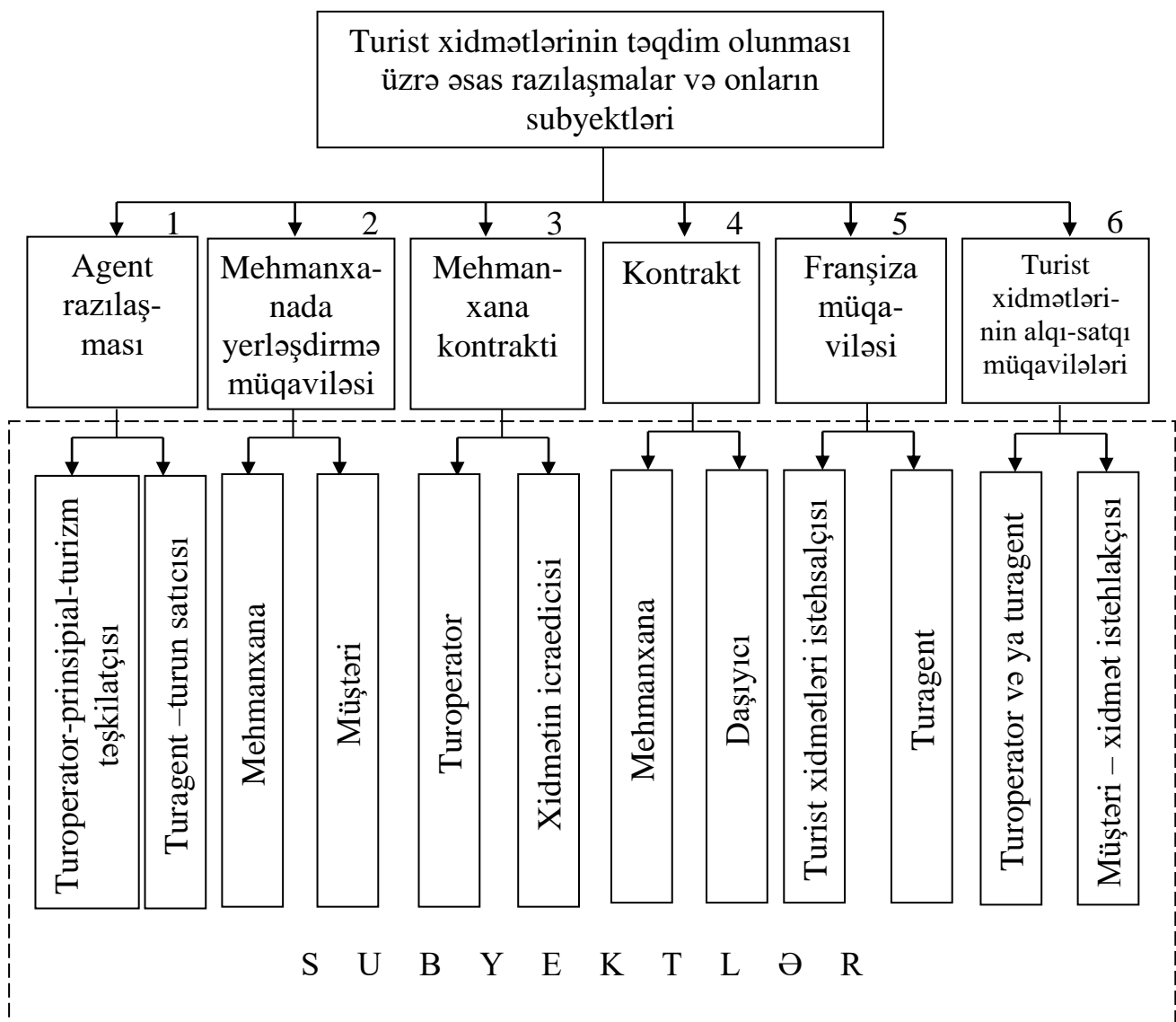
3. Turist xidmətlərinin qiymətlərinin artması ənənəsinin mövcudluğu. Beynəlxalq turizmin kapital tutumunun yüksək səviyyəsi ona ağır sənaye xarakterini verməyə imkan verir. Çünki, müasir mehmanxanalar, bahalı avadanlıqlar, turist mərkəzlərinin yaradılması infrastrukturaların, yüksək informasiya texnologiyalarının yaradılmasını, həmçinin turist kadrlarının hazırlanması böyük investisiyalar tələb edir. Turizmin beynəlmilləşməsi bu sahədə xarici TMK-ın hökmranlığını gücləndirir. Nəticədə turist xidmətlərinin dəyərinin artması ənənəsi yüksəlməkdədir.

4. Beynəlxalq turizmin ölkələr üzrə paylanması dünya turist mərkəzlərinin inkişafının ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafının müxtəlifliyindən asılı olaraq qeyri-bərabər olması və s.

Bütün qeyd edilənlərlə bərabər, dünya üzrə bütövlükdə beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin, beynəlxalq kommertiya – ticarət fəaliyyətinin genişlənməsi, elmin, texnikanın, mədəni-təhsil səviyyəsinin artması ilə mütənasib olaraq turizmin inkişafı xarakter və səviyyəsi də daim təkmilləşir.

12.5. Turist xidmətlərinin göstərilməsinin əsas razılaşma və prinsipləri

Hər bir fəaliyyət sahəsində olduğu kimi, turist əməliyyatlarının həyata keçirilməsi üçün beynəlxalq kommertiya təcrübəsində kontragentlərin xarakter və qarşılıqlı münasibətlərindən asılı olaraq müəyyən hüquqi-müqavilə münasibətləri formalaşdırılmalı və müəyyən edilməlidir. Bu münasibətlər və turist xidmətlərinin rəsmiləşdirilməsi aşağıdakı razılaşmalarda əks olunur (şəkil 12.3):



Şəkil 12.3. Turist xidmətlərinin təqdim olunması üzrə əsas razılaşmalar və onları bağlayan subyektlər

1. Agent razılaşmaları - turist turunun təşkilatçısı olan turoperatorla turizm satıcısı olan tur agentini arasında bağlanılır. Agent razılaşması prinsipial adlanan turist xidmətinin təşkilatçısı tərəfindən turist agentinə həm ayrı-ayrı xidmət növlərinin satışı, həm də inklyuziv – turların öz adından və prinsipialın hesabına satış hüququnun ötürülməsini nəzərdə tutur. Burada agentin yerinə yetirməli olduğu müəyyən vasitələr üzrə göstərişlər, onun fəaliyyət sferasının ərazi məhdudiyyətləri, prinsipiala görə agentin hüquq və öhdəlikləri, həmçinin komissiya mükafatı göstərilir. Agent razılaşması həm

şifahi və həm də yazılı formada rəsmiləşdirilə bilər. Agentə lisenziyanın təqdimi, adətən özündə bir çox şərtləri birləşdirir. Nümunəvi agent razılaşması, hər şeydən əvvəl, aşağıdakı şərtləri əhatə edir:

- agent öz fəaliyyətini turist agenti kimi yalnız lisenziya (icarə) verilən ünvan üzrə və binada həyata keçirə bilər;

- agent bilet və turist xidmətini yalnız prinsipial tərəfindən müəyyən edilən qiymətlər üzrə sata bilər;

- komissiya mükafatını ödəməyə, onu güzəşt kimi təqdim etməyə agentin ixtiyarı yoxdur;

- xidmətlərin göstərilməsindən əldə edilən pul vəsaitləri agentə məxsus deyil və onun xüsusi vəsaitlərindən ayrı hesablanır;

- turist xidmətlərinin satılması ilə bağlı bütün sənədlər istənilən anda prinsipial tərəfindən yoxlanıla bilər;

- agent bütün mümkün vasitələrlə prinsipial tərəfindən təklif olunan reklam xidmətlərini təmin etməlidir.

Komissiya mükafatı təqdim olunan xidmətin növündən və həcmindən asılı olaraq dəyişə bilər: məsələn, aviasiya turlarının satışı zamanı agent 5,5-7,5%, avtobus və gəmi turlarında isə 10-15% mükafat alır.

Agent razılaşması əsasında lisenziyanın verilməsi sistemi daha çox nəqliyyat xidmətlərinin satışı zamanı tətbiq olunur. Beynəlxalq kommersiya təcrübəsində beynəlxalq aviasiya nəqliyyatı Assosiasiyası (IATA) tərəfindən hazırlanan agent razılaşmalarının nümunəvi şərtləri geniş yayılmışdır.

2. Mehmanxanada yerləşdirmə müqaviləsinin standart forması ilk dəfə olaraq 1921-ci ildə Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası tərəfindən Beynəlxalq mehmanxana qaydalarında əks olunmuşdur. 1981-ci ildə o, yenidən işlənmişdir. Mehmanxanada yerləşdirmə müqaviləsi müştəri tərəfindən sərbəst və ya onun adından üçüncü tərəflə bağlana bilər. Müqaviləyə uyğun olaraq mehmanxana

sahibi qonağa yer təqdim etməli və əlavə xidmətlər göstərməlidir. Müştəri isə müqavilə qiyməti üzrə ödənişlərə məsuliyyət daşıyır.

3. Mehmanxana kontraktı – Mehmanxana kontraktının əsas şərtləri Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası və turagentlərin Ümumdünya Assosiasiyası tərəfindən hazırlanan mehmanxanalar və turagentlər arasındakı münasibətlər haqqındakı kodeksdə göstərilmişdir. Kodeks 1993-cü ildə qüvvəyə minmişdir. Kodeksə uyğun olaraq, mehmanxana kontraktında mehmanxana sahibi müştəriyə (və ya turagentin müştərisinə) mehmanxana xidmətləri göstərməyi öz öhdəsinə götürür. Kontraktı bağlayan turagent sənədlə göstərilən bütün xidmətləri ödəməyə borcludur.

4. Mehmanxana və daşıyıcı arasında bağlanan kontrakt. Belə standart kontrakt Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası və yol nəqliyyatı iştirakçılarının Beynəlxalq Birliyi tərəfindən 1994-cü ildə işlənilmişdir. Onun əsas məqsədi mehmanxana və daşıyıcı müəssisələr arasında münasibətlərin həm daxili və həm də beynəlxalq səviyyədə tənzimlənməsidir. Kontraktda mehmanxana sahibinin və daşıyıcının hüquq və öhdəlikləri, digər şərtlər, mübahisələr ətraflı göstərilir.

5. Franşiza müqaviləsi və ya franşiza sistemi - turist xidmətlərinin istehsalçıları və turagentlər arasında bağlanan müqavilə olmaqla, onların münasibətlərini, qarşılıqlı əlaqələrini əks etdirən və ən geniş yayılmış müqavilə sistemidir. O, lisenziya sisteminə oxşayır, bununla belə ondan idarəetmə metodları və texnoloji proseslərlə fərqlənir. Bu müqavilə ticarət markası ilə qorunan və yaxud franşizanı verənin texnologiyası əsasında istehsal olunan, turist xidmətlərinin satışı üzrə hüquqların verilməsini özündə əks etdirir. Bu sistem ilk dəfə ABŞ-da tətbiq olunmuşdur.

6. Turist xidmətlərinin alqı-satqı müqaviləsi - turist xidmətlərini təklif edən turoperatorlar və ya turagentlərlə müştəri – turist

xidmətlərinin istehlakçısı (turistlər, turların alıcısı) arasında bağlanılır. Kontrakt ümumi və xüsusi şərtləri və həmçinin satıçı firmanın kataloqunu və ya nəşr olunmuş tur proqramını özündə əks etdirir. Ümumi şərtlərə aiddir: gəzintini təşkil edən turoperatorunun adı, ünvanı, lisenziya, telefon nömrəsi, turpaketləin tərtib olunması üçün istifadə olunan milli qanunvericilik aktları və beynəlxalq konvensiyalar, turpaketin təsviri. Xüsusi şərtlərə isə: turpaketin qiyməti və ona yenidən baxılması şərti, sığorta şərtləri, ödəmə qaydaları aiddir. Kontraktın imzalanmasına qədər turagentə və ya turoperatora yazılı formada pasport və viza rejimi ilə əlaqədar, eyni zamanda digər turist sənədləri və şərtlərinin rəsmiləşdirilməsi ilə bağlı ümumi xarakterli informasiya təqdim olunur.

12.6. Beynəlxalq turizm əməliyyatlarının təşkilati formaları, beynəlxalq turist təşkilatları və beynəlxalq turizm hüququ

Beynəlxalq turizmin müasir dövrdə təşkilati formaları müxtəlifdir və böyük dəyişikliklərə uğramışdır. Bu, hər şeydən əvvəl, turizmin inkişafı ilə bağlıdır. Hal-hazırda mehmanxana kompaniyaları tərəfindən avtomatlaşdırılmış elektron hesablama, idarəetmə və yerlərin ehtiyatlanması sistemi geniş tətbiq olunur. Beynəlxalq turizm əməliyyatlarının təşkilati formalarına aiddir:

1. Turoperator firmalar (tour operator) – turist xidmətləri müəssisələr ilə turagentlər arasında vasitəçi rolunda çıxış edən turist topdansatış firmalarıdır. Turoperator firmalar inklyuziv-turlar təşkil edir və onları turagenti vasitəsilə, ya da bilavasitə müştəriyə öz adından reallaşdırır.

Turların təşkili proseslərində turoperator turist xidmətlərinin topdansatış alıcısı kimi yerləşdirmə, qidalandırma, nəqliyyat müəssisələri, həmçinin turun xarakterindən asılı olaraq mədəni-

maarif təşkilatları və ekskursiya büroları ilə əlaqələr qurur. Çox vaxt turoperatorlar uzunmüddətli kontraktlar əsasında mehmanxana və digər yerləşdirmə vəsaitləri, təyyarə, gəmi, avtobuslar icarəyə götürür. İstehlakçıya informasiya kataloqu (gəlmə yeri, nəqliyyat, marşrut, qida növü, yerləşmə növü və s. göstərilən) verilə bilər.

Turoperator (təşkilatçı) və turagent (turpaketin satıcısı) müştərinin günahı üzündən və ya hər hansı bir fors-major halında yerinə yetirilə bilinməyən öhdəliklərin məsuliyyətindən azaddırlar.

Turist adətən alqı-satqı müqaviləsi əsasında və ya nəgd ödənişli vauçer əsasında turist xidmətlərini əldə edir. Beynəlxalq turizm təcrübəsində **vauçer** – turistə turist agent tərəfindən verilən və konkret növ xidmətin ödənilməsini və tura daxil olan xidmətin turist tərəfindən əldə olunmasını təsdiq edən sənəddir.

Turist vauçerləri hər bir turist firmaları tərəfindən fərdi olaraq hazırlanır (müqavilənin konkret şərtlərinə uyğun olaraq). O, yola salınan ölkənin dilində, həmçinin ingilis dilində və ya turistin gəldiyi ölkənin dilində tərtib olunur.

Müştəri-turist və turist agentləri arasındakı münasibətlər şifahi müqavilə və ya inklyuziv-turun şərtləri ilə rəsmiləşdirilə bilər. Bu münasibət, adətən, müştəri-turistin agent xidmətlərinin təqdim olunması ilə bağlı turist agentinə müraciət etməsilə başlayır.

Bununla da o, maksimal yüklənməni təmin edir və turist xidmətlərinin istehsalçılarından əhəmiyyətli güzəştlər əldə edir. Turların tərtib olunması zamanı turoperatorlar beynəlxalq bazarda turist xidmətlərinə olan tələbə əsaslanaraq, marketinq prinsipləri əsasında bazarı ətraflı öyrənir.

Turoperator turagentə onlar arasında bağlanan agent müqaviləsinə əsasən öz turlarının satışı lisenziyasını verməklə yanaşı, turagenti müxtəlif reklam-kommersiya ədəbiyyatı ilə təchiz edir, reklam xərclərinin bir hissəsini də ödəyə bilər.

Turoperator firmaları öz fəaliyyət istiqamətinə uyğun olaraq aşağıdakı əsas qruplara ayrılır:

- xüsusi icarə təyyarələrinin (carter) istifadəsilə olan turlar (air-tour operator);
- avtobus ekskursiyaları (coach-tour operator);
- dəmiryolu ekskursiyaları (rail operator);
- dəniz kruizləri (ocean operator), hər hansı bir ölkəyə səyahət və ya ixtisaslaşdırılmış turlar.

Turoperatorlar təşkil olunmuş turizm fəaliyyətlərini də intensiv həyata keçirirlər.

2. Turist agentləri (travel agency) – bir tərəfdən xidmətedici müəssisələr və ya turoperator firmalar, digər tərəfdən isə müştəri-turistlər arasında vasitəçilər kimi çıxış edən firmalardır. Turagentlər ya turoperatorlar tərəfindən təklif olunan inklyuziv-turlar reallaşdırırlar, ya da nəqliyyat təşkilatları, mehmanxana korporasiyaları, ekskursiya büroları ilə birbaşa əlaqələr quraraq, fərdi turistlərə və ya qrup şəklində olan insanlara ayrı-ayrı turist xidmətlərinin təqdim edilməsilə məşğul olurlar. Ayrı-ayrı turist xidmətləri növlərinin satışını əldə etmək üçün turagentlər uyğun nəqliyyat və mehmanxana təsərrüfatları ilə agent razılaşmaları bağlayaraq satış və ya franşiza üçün lisenziya əldə edirlər. Turagentlər iki istiqamətdə fəaliyyət göstərirlər:

- sərbəst formada, yəni digər firmalarla yaxınlıq əlaqələri olmadan;

- turoperator firmaların, turist sənayesi kompaniyalarının, ticarət firmalarının, bankların, sığorta cəmiyyətləri və digər kompaniyaların filial və törəmə kompaniyaları formasında.

Turagentlərin sərbəstliyi yalnız digər firmalar tərəfindən firmanın kapitalı üzərində nəzarətin olmadığı hallarda yarana bilər. Orta və kiçik turagentlər bəzən iri turist firmaları ilə ümumi siyasət və

razılaşma şərtlərini işləmək üçün konsorsium formasında birləşə bilirlər. Məsələn belə turagentlərə misal olaraq, ABŞ-da 210 pərə-kəndə turagenti özündə birləşdirən “Cayents” kooperativini göstərmək olar.

Turagentlərin beynəlxalq səviyyədə koopeativ təşkilatı kimi müxtəlif ölkələrin 240 turagentini özündə birləşdirən Turagentlərin Ümumdünya Assosiasiyası (BATA) fəaliyyət göstərir.

3. Turist korporasiyaları - müxtəlif növ turist xidmətlərini təqdim edən geniş firmalar dairəsini özündə birləşdirən iri turist biznesi müəssisələridir. Belə korporasiyalara turist mehmanxana kompleksləri daxildir.

Turist korporasiyaları müxtəlif ölkələrdə turagent və turoperatorların geniş dairəsinə malik olurlar. Onlar vasitəsilə turist korporasiyaları inklyuziv-turlar və ayrı-ayrı turist xidmətlərini həyata keçirirlər.

4. Turist kompleksləri dedikdə öz ölkəsinin turist biznesində üstün mövqeyə malik olan və beynəlxalq turist bazarına xidmət edən iri çoxsahəli konsernlər başa düşülür.

5. Mehmanxana kompleksləri – müasir dövrdə turistlərə tək-cə yerlərin təqdim edilməsilə deyil, eyni zamanda turist xidmətlərinin digər geniş kompleks istiqamətlərini də: mehmanxananın özündə olan restoranda qidalanma, konfrans və iclasların keçirilməsi üçün zalların təqdimi, nəqliyyata biletlərin əldə edilməsi, avtoicarə və taksilərin sifarişi, teatr, ekskursiya və s. biletlərin təmini, kommunal-məişət xidmətlərinin göstərilməsi, idman oyunları və əyləncələrinin təşkili, hədiyyələrin və digər növ əmtəələrin alınması və s. təklif edirlər.

Hal-hazırda turist sənayesində iri mehmanxana kompleksləri birləşərək avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinin köməyilə mehmanxana fondunun bölüşdürülməsi və s. xidmətlərlə əlaqədar

firmalar birliyi qismində mehmanxana **zəncirini** yaratmışlar. Dünyada 100-dən artıq belə mehmanxana zənciri (1,6 milyon nömrə sayı olan) fəaliyyət göstərir. Onların içərisində 20-dən artıq iri mehmanxana kompleksləri mövcuddur. Aparıcı mehmanxana kompleksləri işərisində fəaliyyət sferasına və miqyasına görə mehmanxana biznesi ilə məşğul olan iri TMK-lar çox fərqlənirlər.

6. Turist biznesində digər sahələrin kompaniyalarına aşağıdakılar aiddir:

a) **Nəqliyyat kompaniyaları** – fərdi turistlərə ayrı-ayrı növ, həmçinin kompleks xidmətləri özlərinin mehmanxana bazaları əsasında inklyuziv-turlar formasında həyata keçirirlər.

b) **Ticarət firmaları** - əsasən iri topdansatış konsernlərinə və ticarət-göndəriş firmalarına aiddir. Ticarət firmaları carter təyyarələri ilə turist daşımalarını təşkil edirlər. Onların əsas uğurları turagentlərə nisbətən təqdim etdikləri turların dəyərinin, adətən, 5-10% aşağı olmaları ilə əlaqədardır.

c) **Sənaye firmaları** – ilk növbədə turist biznesinə xidmət edən və turist firmalarını öz sistemində cəlb etməklə fəaliyyət göstərən neft, tekstil, yeyinti və s. sahələrin firmalarıdır. (Məsələn: “Eksson” – ABŞ, “Ajip” – İtaliya, “Colli” – İtaliya və s.). Onlar birbaşa turist turlarının təşkilində iştirak etməklə yanaşı, bank və sığorta kompaniyaları ilə birlikdə müxtəlif növ turist xidmətlərini göstərirlər.

d) **Beynəlxalq turist təşkilatları** – dünya miqyasında beynəlxalq turizm əməliyyatlarının intensivləşməsilə əlaqədar yaradılmışdır. Onların əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

- BMT sistemində ixtisaslaşdırılmış orqanlar və təşkilatlar,
- BMT sistemində beynəlxalq turizmin epizodik suallarını müzakirə edən və turist problemlərinin həllinin onların əsas fəaliyyət sferaları olmayan digər orqanlar.

Beynəlxalq Turizm Təşkilatı (BTT)

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) əsas vəzifəsi dünya üzrə turist mübadiləsi problemlərinin həll edilməsilə bağlıdır. Beynəlxalq turizm hər bir ölkənin sosial-iqtisadi münasibətlərini əks etdirməklə yanaşı, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin əsas tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Bu fəaliyyətin və ümumiyyətlə dünya üzrə turizm proseslərinin tənzimlənməsi üçün müəyyən norma və standartların işlənilib hazırlanmasına zərurət yaranır. Bu baxımdan ÜTT-nin yaranması böyük əhəmiyyətə malikdir. ÜTT hal-hazırda 130-dan artıq dünya ölkəsini özündə birləşdirən və turizmin inkişafına cavabdeh olan beynəlxalq dövlətlərarası təşkilat statusunu daşıyır. ÜTT-nin yaranmasına qədər, 1925-ci ildə “Turizmin təbliği üzrə rəsmi təşkilat” adı ilə yaradılmış dövlətlərarası qurum, 1947-ci ildə yaranan **“Rəsmi Turist Təşkilatlarının Beynəlxalq İttifaqı” (UCOTO)** təşkilatları fəaliyyət göstərmişdir. ÜTT öz fəaliyyətində dünya üzrə turizmin bütün sahələrini və istiqamətlərini əhatə edir. ÜTT-nin rəsmi dili: ingilis, ərəb, ispan, rus və fransız. ÜTT-nin bütün üzv ölkələri üç qrupa bölünür:

1. Həqiqi üzvlər – suveren dövlətlər (onların sayı 130-a qədərdir).

2. Birlik – assosiativ üzvlər (onların sayı dördür: Aruba, Makao, Niderlandın Antil adaları, Puerto-Riko).

3. Sayı 330-dək olan birlik şəklində olan qurumlar. Bura turizm ilə məşğul olan hökumət və hökumətlərarası təşkilatlar və həmçinin digər kommersiya qurumları, birlikləri daxildir. (Məsələn: avia kompaniyalar, mehmanxanalar, bürolar, tədqiqat institutları, nəşriyyat qrupları və s.).

ÜTT/UNCTAD-ın birgə proqramı olan “Dayanıqlı turizm – kasıbçılığın aradan qaldırılmasının zəmanətidir” (STEP) iki əsas qarşılıqlı əlaqəli məsələnin həllinə yönəldilmişdir:

- turizmin inkişafı, onun kasıbçılıqla potensial qarşılıqlı asılılığını yüksəltmək məqsədilə kasıbçılığın aradan qaldırılması ;
- turizmin daha az inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin dayanıqlı inkişafında rolunun artırılması.

ÜTT-nin əsas məqsədlərinə aiddir:

- həm daxili və həm də xarici turizmin, sülhün qorunmasına və möhkəmlənməsinə, qarşılıqlı anlaşmalara, dünyada bütün insanların sağlamlığına və çiçəklənməsinə olan təsirini gücləndirmək və genişləndirmək;

- səyahətlər zamanı insanların təhsil almasına və mədəni-dərketmə səviyyəsinin artırılmasına zəmin və əsas yaratmaq;

- az inkişaf etmiş regionlarda turistlərin yaşayış səviyyə və normalarının müəyyən edilmiş standartlara yaxınlaşdırılmasına köməklik göstərmək;

- turist qəbul edən ölkələrin imkan dairələrini genişləndirmək;

- ölkələrəarası əməkdaşlığın əlaqələndirilməsi məqsədilə beynəlxalq agentlik rolunda çıxış etmək;

- turizm sahəsində milli təşkilatlar üzrə yaranan turist turlarına xidmət və köməklik göstərmək;

- turist operatorları birlikləri arasında daimi əlaqə saxlanılmasına yardımçı olmaq və s.

ÜTT dünya üzrə bütün turizm sənayesinin işini əhatə etmək üçün internetdə öz saytından istifadə etməklə yanaşı, iri beynəlxalq sərgilərdə özünün daimi fəaliyyət göstərən informasiya stendlərinə malikdir. Belə beynəlxalq sərgilərdən aşağıdakıların göstərmək olar:

- FITUR, Madrid (İspaniya);

- İTB, Berlin (Almaniya);

- MİTT, Moskva (Rusiya Federasiya);

- WTM, London (Böyük Britaniya).

ÜTT bu növ informasiya resurslarından istifadə etməklə yanaşı, öz fəaliyyətini aktiv və ardıcıl həyata keçirmək üçün beynəlxalq konfrans, dövlət və birliklərarası əlaqələndirmə işləri aparır. Belə konfranslar sırasında 1980-ci ildə (27 sentyabr-10 oktyabr) Filipinin paytaxtı Manilada turizm üzrə keçirilən Ümumdünya konfransının böyük rolu vardır. Bu konfransda turizmin inkişafı ilə əlaqədar dövlətin məsuliyyəti məsələləri, sosial-iqtisadi şərait, insanın öz şəxsi istirahətinin təşkilatçısı olması, turizm üzrə tələb və təklifin tənzimlənməsi, turizm sferasında elmi-texniki əməkdaşlıq, kadr hazırlığı və digər aktual məsələlər müzakirə olunmuşdur. Qeyd edilən konfransda 100-dən artıq dövlətin nümayəndələrinin iştirakı ilə Manila bəyənaməsi qəbul edilmişdir.

1985-ci ildə ÜTT-ın Baş Assambleyasında **“Turizm Xartiyası”** və **“Turistin Kodeksi”** sənədləri qəbul olunmuşdur. Turizmin ümumi anlayışları və terminləri, turistin statistikasının prinsipləri, milli turizm qanunvericiliyi üçün tövsiyələrin hazırlanması, turist təhsil sisteminin yaradılması prinsipləri ÜTT tərəfindən hazırlanmışdır. Bundan başqa turizmin təşkilatçıları, turistlərin ümumi hüquq və öhdəlikləri də müəyyənləşdirilmişdir.

Müasir dövrdə dövlətlər turizm fəaliyyəti sferasında əsas beynəlxalq razılaşmalara, o cümlədən Haaqa (1989-cu il), Manila (1980-cı il) razılaşmalarına, Akapulko (1982-ci il) sənədinə, turizm üzrə hazırlanan Osaka (1994-cü il) konfransına və s. əsaslanırlar.

ÜTT turist məhsullarının: idman turizmi, kruizlər, işgüzar turizmi MİCE (konfranslar, mükafatlandırıcı gəzintilər, konqres və sərgilər), həmçinin turist bazarlarının segmentləşdirilməsi, ekoturizm, gənclər turizmi, yaşlı insanlar üçün turizm və s. məsələlərin öyrənilməsinə xüsusi fikir verir. BMT-nin Ətraf Mühit Üzrə Proqramı ilə birlikdə təşkil olunmuş Kvebek (2000-ci il, may) razılaşması ekoturizmin inkişafı və idarəsi üzrə 49 ixtisaslaşdırılmış tövsiyələri

özündə

dünya üzrə 200-dən artıq beynəlxalq turist təşkilatı fəaliyyət birləşdirən deklorasiya qəbul etdi və onun ekoturizm sahəsində böyük rolu vardır.

Beynəlxalq turist təşkilatları (ÜTT, İATA, İCAO, ASOTB və s.) beynəlxalq turist mübadiləsinin inkişafı ilə bağlı yaranmağa başlamışdır. Bütün göstərir. Dünya ölkələri həmin təşkilatların fəaliyyəti və köməyinə əsaslanaraq öz regional, milli turist təşkilatlarını yaratmaqla, turizmin inkişaf və perspektivləri üçün əlverişli şərait imkanlarının meydana gəlməsinə böyük töhfələr verməyə başlamışlar.

Beynəlxalq Hava Nəqliyyatı Birliyi (International Air Transport Assosiation – IATA) beynəlxalq hava-təyyarə nəqliyyatı üzrə daşımaların ümumdünya təşkilatı olaraq, 1919-cu ildə yaradılmış, 1945-ci ildə isə yenidən təşkil olunmuşdur. IATA beynəlxalq hava nəqliyyatı marşrutlarını seçən və həyata keçirən, yüksək peşəkarlıq qabiliyyətinə malik, dünya səviyyəli bir aviasiya kompaniyası birliyi. Bu təşkilat insanların, poçt bağlamaları və yüklərin dünyanın hər hansı bir məntəqəsinə daşıma imkanlarına malikdir. Dünyanın 260-a yaxın aviakompaniyası bu birliyin üzvüdür. Turizm-lə bağlı qeyd etmək lazımdır ki, onun tərkibində turist agentliklərinin qeydə alınması üzrə **sərnişin xidməti kooperasiyası** fəaliyyət göstərir. Bu turist agentliyi IATA-nın xüsusi şöbəsi olan aviakompaniyaların beynəlxalq təşkilatı vasitəsilə fəaliyyət göstərir.

Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatı (International Civil Aviation Organization – ICAO) 1944-cü ildə ABŞ-ın Çikaqo şəhərində keçirilmiş konfransda yaradılmışdır. Bu təşkilat BMT-nin himayəsi altında fəaliyyət göstərir və 200-dən artıq dövlət bu təşkilatın üzvüdür. Onun dünya turizm fəaliyyətinə olan töhfəsi

insanların ölkələrarası hərəkətinin səmərəli təşkili və genişləndirilməsi ilə sıx bağlıdır.

Asiya Sakit Okean Turist Birliyi – regional beynəlxalq turist təşkilatı kimi 1951-ci ildə yaradılmışdır. 35-ə qədər üzv ölkəsi vardır. Bu təşkilat Asiya-Sakit Okean regionunda mövcud turizm istiqamətlərinin təşkili və genişləndirilməsində yaxından iştirak etməklə yanaşı, milli dövlətlərdə turizmin tənzimlənməsi və yaradılması ilə məşğul olan qurumlara da köməklik göstərir.

Beynəlxalq turist təşkilatları tərəfindən yaradılan sənədlər turizm sahəsində beynəlxalq və milli qanunvericiliyin harmoniyasını, beynəlxalq hüquq normalarının standartlaşdırılması, turist bazaları iştirakçılarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi, həmçinin milli turist hüquqları normalarının işlənməsini təmin edir. Belə sənədlərdən ən əsaslarını – aşağıdakıları qeyd etmək olar:

1. Beynəlxalq turizm və səyahətlər üzrə BMT-nin Roma konfransı (1963-cü il)

2. Avropada əməkdaşlıq və təhlükəsizlik üzrə iclasın – yığıncağın bağlanış aktı (1975-ci il)

3. Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası tərəfindən dəstəklənən (1981-ci il) beynəlxalq mehmanxana hüququ

4. Avropada təhlükəsizlik və əməkdaşlıq üzrə yığıncağın iştirakçıları – dövlət nümayəndələrinin görüşlərinin Vyana yekun sənədi (1989-cu il)

5. Turist Agentləri Assosiasiyasının Beynəlxalq Federasiyası (YFTAA) və Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası tərəfindən qəbul edilən turist agentləri və mehmanxanalar arasındakı münasibətlərin kodeksi (1991-ci il)

6. Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası və yol nəqliyyatı iştirakçılarının Beynəlxalq Birliyi tərəfindən qəbul edilən otel və daşıyıcılar arasında standart kontrakt və razılaşma (1994-cü il)

7. 1995-ci ildə qəbul edilən, Avropa İqtisadi Komissiyasının Direktivinə uyğun olaraq müştəri və turist agentləri arasında imzalanmış Nümunəvi kontrakt

8. Beynəlxalq Sosial turizm Bürosunun baş Assambleyası tərəfindən qəbul edilən Monreal bəyannaməsi (1996-cı il)

9. Turizm sferası rəhbərlərinin Ümumdünya yığıncağı tərəfindən qəbul edilən turizmin sosial-qarşılıqlı əlaqələri üzrə Manila razılaşması (1997-ci il)

10. 2003-cü ildə sərnixin və yüklərin avtodaşıyıcılarını birləşdirən Beynəlxalq Avtodaşıyıcılar Assosiasiyası tərəfindən qəbul edilən müntəzəm texniki baxışlar üçün vahid şərtlər haqqında razılaşma və s.

Beynəlxalq turizmin inkişafında bu sahələr üzrə **ixtisaslaşan** aşağıda qeyd edilmiş **qeyri-hökumət təşkilatlarının** da rolu böyükdür:

- Turist Agentlərinin Ümumdünya Federasiyası (FUAAB) özündə 71 milli assosiasiyayı birləşdirir ki, bura 20-dən artıq turist agenti daxildir. Bu təşkilat 1996-cı ildə yaradılmış və onun əsas məqsədini turist agentlərinin peşəkar maraqlarının qorunması və onlara lazım olan peşəkar, texniki və hüquqi köməyin göstərilməsi təşkil edir.

- Turizm üzrə beynəlxalq ekspertlərin beynəlxalq assosiasiyası (AIEST) 1951-ci ildə yaradılmışdır.

- Turizmdə peşəkar təhsil üzrə Beynəlxalq Assosiasiya (1960-cü il).

- 1963-cü ildə bir sıra həmkarlar təşkilatının təşəbbüsü ilə əhalinin geniş təbəqələrinin beynəlxalq turizmdə iştirakını dəstəkləmək məqsədilə şəraitin yaradılması üçün yaradılan sosial turizmin Beynəlxalq bürosu.

- Xaricdə avtomobil daşımalarının sığortası üzrə ixtisaslaşan Beynəlxalq turist alyansı.

- Konqreslərin peşəkar təşkilatlarının beynəlxalq təşkilatı.
- Beynəlxalq kommersiya təşkilatları kimi çıxış edən orta ölçülü turist bürolarının nümayəndələrini özündə birləşdirən turist agentlərinin beynəlxalq assosiasiyası.

Beynəlxalq turizmin inkişafına təsir göstərən digər **milli və regional təşkilatlardan** aşağıdakılarını göstərmək olar:

- Milli turist təşkilatı İEÖ-nün hökumət (nazirlik) təşkilatlarını özündə birləşdirir və turist məhsullarının formalaşması və işlənməsini, turist bazarlarında turist məhsullarının irəlilədilməsini, bir çox yerli məsələlərin həllini, marketinq işləmələrini, potensial auditoriyanın (bazar segmentini məşğul etməyən) öyrənilməsini və s. uğurla həyata keçirir.

- Turist agentlərinin Amerika cəmiyyəti (ASTA).
- Britaniya turist agentlərinin Assosiasiyası.
- Latın Amerikasının turizm üzrə Konfederasiyası (KOTAL).
- 18 ərəb və 11 Afrika ölkəsinin turizmin inkişafı üzrə təşkilatlarını özündə birləşdirən turizm üzrə Ərəb birliyi və s.

ÜTT-nin Madriddə yerləşən katibliyi tərəfindən hər il BMT-nin beynəlxalq turizm üzrə statistik məlumatları dərc olunur. Beynəlxalq turizm üzrə əməliyyatların statistik uçotu ilə yanaşı, BVF ölkələrin ödəniş balansında “Turizm” bölməsi üzrə daxil olmaların və xərclərin uçotunun aparılması məqsədilə tədiyyə balansının aktiv hissəsinə xüsusi bəndlərin əlavə edilməsi üçün uyğun tövsiyələr hazırlanmışdır.

Beynəlxalq turist hüququ beynəlxalq turizm mübadiləsinin intensivləşməsi ilə bağlı olan turist fəaliyyətinin beynəlxalq normalarının yaradılması ilə əlaqədar meydana gəlmişdir. Müasir dövrdə kütləvi turizmin inkişafı ilə əlaqədar xüsusi hüquq sahəsi – turist hüququ formalaşmışdır. Beynəlxalq turist hüququ yuxarıda qeyd edilən sənədlərə, konvensiyalara əsaslanaraq bir çox digər konven-

siya, beynəlxalq müqavilə və razılaşmalarla tənzimlənir. Bu sahədə ilk növbədə turizmin fundamental inkişafı adlanan asudə vaxt və istirahət hüququnun əsas normalarının işlənməsi və təminini qeyd etmək olar.

İqtisadi, sosial, mədəni hüquqların Beynəlxalq paktını imzalayan bütün dövlətlər hər bir insanın istirahət, asudə vaxt, iş saatlarının ağıllı şəkildə təşkili və məzuniyyətlərin ödənilməsi və s. üzrə hüquqların təmin edilməsi öhdəliklərini qəbul etmişlər. Beynəlxalq turist hüququnun formalaşması sahəsində əsas istiqamət kimi turist sahəsində termin və anlayışların əldə edilməsidir. 1976-cı ildə BMT ilk dəfə olaraq əsas praktiki termin və anlayışların siyahısını dərc etmişdir. Onlar turist statistikasının – Provisinal Guidelines On International Tourism, UNCTAD qaydalarının standartlaşdırılması üçün müəyyən edilmişdir.

**“Beynəlxalq kommərsiya işi” fənninin öyrənilməsi ilə
bağlı test nümunələri**

1. Əsas əməliyyatları göstərin:

- A) İcarə və yüklərin beynəlxalq daşınması
- B) Texniki xidmətlərin göstərilməsi, beynəlxalq turizm +
- C) Məsləhət xidmətləri və yüklərin sığortalanması
- D) Elmi- texniki biliklərin mübadiləsi və beynəlxalq hesablaşmalar
- E) Əmtəələrin mübadiləsi və beynəlxalq daşınmalarda yüklərin saxlanılması

2. Əlavə əməliyyatları göstərin:

- A) Ticarət patentləri, lisenziyalar formasında elmi- texniki biliklərin mübadiləsi
- B) NOW-HOW formasında biliklərin verilməsi və yüklərin sığortalanması
- C) Beynəlxalq hesablaşmalar və nəqliyyat- ekspeditor xidmətləri +
- D) Yüklərin beynəlxalq daşınması və beynəlxalq icarə əməliyyatları
- E) İdarəetmə və informasiya sahəsində məsləhətlərin verilməsi və beynəlxalq daşınmalarda yüklərin saxlanması

3. ... Beynəlxalq kommərsiya əməliyyatlarının hüquqi formasıdır:

- A) Beynəlxalq sazişlər
- B) Firmalararası razılaşmalar
- C) Beynəlxalq ticarət sövdələşməsi +
- D) Beynəlxalq icarə müqaviləsi
- E) Yüklərin beynəlxalq daşınması və sığortalanması müqavilələri

4. Beynəlxalq kommərsiya əməliyyatlarında dolayı metoddan hansı hallarda istifadə olunur?

- A) Məhsulların idxalçılara göndərilməsi
- B) Xarici bazarda uzunmüddətli kontraktlar əsasında əmtəələrin reallaşdırılması
- C) Bahalı və iri ölçülü avadanlıqların ixracı
- D) Əmtəələrin vasitəçi firmalardan xüsusi razılaşma əsasında alınması +
- E) İnkişaf etməkdə olan ölkələrdən- fermerlərdən birbaşa kənd təsərrüfatı məhsullarının alışı

5. Beynəlxalq kontraktın bağlanması oferta nədir?

- A) Alıcı sifarişinin qəbulu və təsdiqi
- B) Danışığa başlanması haqqında kommərsiya məktubunun alıcıya çatdırılması
- C) İxracatçının müəyyən şərtlər əsasında əmtəələrin satışı haqqında yazılı təklifinin mümkün alıcıya göndərilməsi +
- D) Alıcının sorğusunun təsdiqi
- E) Gələcəkdə bağlanacaq kontrakt şərtlərinin göndərilməsi

6. Beynəlxalq kommərsiya əməliyyatlarında hesab-proform nədir?

- A) Əvvəlcədən ödəniş sənədi +
- B) Hesablaşmaların həyata keçirilməsi
- C) Qiymət valyutası

- D) Ödəniş valyutası
 E) Malın göndərilməsi şərtlərinin əks etdirilməsi
- 7 İxrac sövdələşməsinin hazırlanması sənədlərinə aid deyil:**
- A) Sorğu
 B) Nəzərdə tutulan əməliyyat haqqında məktub
 C) Sifariş
 D) Tender sənədləri və tender proformu
 E) Göndərilən avadanlıqların yoxlanması və istismara qəbulu +
- 8 Xarici ticarət sövdələşməsinin fərdi və ümumi şərtləri əsasən hansı növ kontraktlarda verilir?**
- A) İxrac kontraktı və tipik kontraktlar
 B) İdxal kontraktı
 C) Numunəvi kontraktlar +
 D) İcarə və sığorta kontraktları
 E) Yüklərin daşınması haqqında razılaşmalar
- 9 Nümunəvi kontraktlar hansı növ əmtəələrə tətbiq edilmir?**
- A) İnformasiya-kommunikasiya avadanlıqları və intellektual məhsullar +
 B) Standart maşın və avadanlıqlar
 C) Standart istehlak əmtəələri
 D) Uzun müddətə göndərilən sənaye xammalı
 E) Birjalarda satılan kütləvi ərzaq malları və xammalları
- 10 Beynəlxalq kontraktın preambulası nədir?**
- A) Kontraktın predmeti
 B) Müqavilə şərtlərinin pozulması
 C) Kontraktın giriş hissəsi +
 D) Müqavilənin sığorta şərtləri
 E) Müqavilənin cərimə qablaşdırma və markalanma (cərimə üzrə) bölmələrinin birliyi
- 11 Beynəlxalq alqı-satqı kontraktlarında bazis qiymətləri əhatə edir:**
- A) Əmtəənin qiyməti, nəqliyyat, icarə, anbar, sığorta və əmtəənin daşınması xərcləri +
 B) Gömrük rüsumları, sığorta və daşınma xərcləri
 C) Əmtəənin qiyməti, komission xərclər və sığorta qiymətləri
 D) İdxal və ixrac qiymətləri
 E) İdxal, ixrac qiymətləri və gömrük rüsumları
- 12 Beynəlxalq kontraktlarda avans ödənişləri hansı növ əmtəələrə tətbiq edilir?**
- A) Mürəkkəb və kompleks avadanlıqlar +
 B) Xammal, ərzaq məhsulları
 C) Standart sənaye məhsulları və yarımfabrikatlar
 D) Qiymətli metallar və xəz-dəri məmulatları
 E) Yanacaq-enerji məhsulları
- 13 Ticarət-vasitəçi əməliyyatlarına aid deyil:**
- A) Yenidən satış üzrə əməliyyatlar

- B) Komission əməliyyatları
 C) Agent əməliyyatları
 D) Broker əməliyyatları
 E) Lisenziya, patent əməliyyatları +
- 14 **Beynəlxalq kommersiya əməliyyatlarının təminədi əməliyyatlarına aid deyil?**
- A) Yüklərin beynəlxalq daşınması
 B) Nəqliyyat-ekspeditor
 C) Yüklərin sığortalanması
 D) NOW-HOW formasında elmi-texniki biliklərin mübadiləsi +
 E) Beynəlxalq daşınmalarda yüklərin saxlanması
- 15 **İdxal-ixrac əməliyyatı hansı halda başa çatmış hesab edilir?**
- A) Ölkənin gömrük sərhədindən keçirilsin
 B) Satıcının anbarından çıxarılınsın və yola salınsın
 C) Gömrük rəsmiləşdirilməsi həyata keçirilsin
 D) Ölkənin sərhədindən buraxılaraq, gömrük rəsmiləşdirilməsi qaydaları başa çatmış olsun +
 E) (A),B),C),D) variantlarında verilənlərin hər biri)
- 16 **Təkrar ixrac əməliyyatı hansıdır?**
- A) Ölkədə istehsal edilən və çıxarılan
 B) Əvvəlcədən xaricdən gətirilərək, emala məruz qalan əmtəələrin ölkədən çıxarılması
 C) Əvvəlcədən gətirilmiş və ölkədə heç bir emala məruz qalmadan idxal edilən əmtəənin ölkədən aparılması +
 D) Əvvəlcədən aparılmış ixrac əmtəəsinin heç bir emala məruz qalmadan, xaricdən gətirilməsi
 E) Əvvəlcədən gətirilmiş gömrük nəzarəti altında emala məruz qalmış əmtəələrin ölkədən aparılması
- 17 **Təkrar idxal əməliyyatı hansıdır?**
- A) Ölkədə istehsal edilən və çıxarılan
 B) Əvvəlcədən xaricdən gətirilərək, emala məruz qalan əmtəələrin ölkədən çıxarılması
 C) Əvvəlcədən gətirilmiş və ölkədə heç bir emala məruz qalmadan idxal edilən əmtəənin ölkədən aparılması
 D) Əvvəlcədən aparılmış ixrac əmtəəsinin heç bir emala məruz qalmadan xaricdən gətirilməsi +
 E) Əvvəlcədən gətirilmiş gömrük nəzarəti altında emala məruz qalmış əmtəələrin ölkədən aparılması
- 18 **İxrac əmtəələri hansı qiymətlərlə uçota alınır?**
- A) SIF
 B) DAF
 C) FOB +
 D) Müqavilə qiymətlərlə
 E) (... Variantlarda verilənlərin heç biri ilə)

- 19 **İdxal əmtələri hansı qiymətlərlə uçota alınır?**
- A) SIF +
- B) DAF
- C) FOB
- D) Müqavilə qiymətlərlə
- E) (... Variantlarda verilənlərin heç biri ilə)
- 20 **İxrac əmtəəsi uçota alınır:**
- A) Əmtəəni istehsal edən ölkə üzrə
- B) Əmtəəni yola salan təşkilat üzrə
- C) Əmtəəni alan təşkilat üzrə
- D) Əmtəəni istehlak edən ölkə üzrə +
- E) Əmtəənin tranzit olduğu ölkə üzrə
- 21 **İdxal əmtəəsi uçota alınır?**
- A) Əmtəəni istehsal edən ölkə üzrə +
- B) Əmtəəni yola salan təşkilat üzrə
- C) Əmtəəni alan təşkilat üzrə
- D) Əmtəəni istehlak edən ölkə üzrə
- E) Əmtəənin tranzit olduğu ölkə üzrə
- 22 **Kontraktın proformu nədir?**
- A) Kontraktın bağlanması üçün hazırlıq mərhələsi
- B) Əmtəənin satışı haqqında yazılı təklifin alıcıya göndərilməsi
- C) Kontraktın tərəflərinin imzasının təsdiq olunduğu bölmə
- D) Kontraktın konkret şərtləri +
- E) Kontraktı bağlayan tərəflərin hüquqi ünvanları
- 23 **Oferta nədir?**
- A) Kontraktın bağlanması üçün hazırlıq mərhələsi
- B) Alıcıya əmtəənin satışı haqqında yazılı təklifin göndərilməsi +
- C) Kontraktın tərəflərinin imzasının təsdiq olunduğu bölmə
- D) Kontraktın konkret şərtləri
- E) Kontraktı bağlayan tərəflərin hüquqi ünvanları
- 24 **Ofertanın növləri hansılardır?**
- A) Sadə
- B) Mürəkkəb
- C) Qəti və sadə
- D) Müvəqqəti
- E) Qəti və sərbəst +
- 25 **Qəti oferta şərtində satıcı qeyd edilən müddətdə:**
- A) Öz təklifi ilə bağlı olaraq, başqa alıcıya analoji təklif edə bilər
- B) Öz təklifi ilə bağlı olaraq, başqa alıcıya analoji təklif edə bilməz +
- C) Əmtəələrin bir və ya bir neçə partiyası üçün eyni zamanda bir neçə mümkün alıcıya təklif göndərə bilər
- D) Konkret əmtəə ilə bağlı istənilən alıcıya təklif edə bilər
- E) Konkret əmtəə ilə bağlı istənilən alıcıya təklif edə bilməz.

- 26 **Sərbəst oferta şərtində satıcı qeyd edilən müddətdə:**
- A) Öz təklifi ilə bağlı olaraq, başqa alıcıya analoji təklif edə bilər
- B) Öz təklifi ilə bağlı olaraq, başqa alıcıya analoji təklif edə bilməz
- C) Əmtəələrin bir və ya bir neçə partiyası üçün eyni zamanda bir neçə mümkün alıcıya təklif göndərə bilər +
- D) Konkret əmtəə ilə bağlı istənilən alıcıya təklif edə bilər
- E) Konkret əmtəə ilə bağlı istənilən alıcıya təklif edə bilməz.
- 27 **Aksept nədir?**
- A) İdxalçının təklifinin qəbulu haqqında razılaşma
- B) İxracatçının təklifinin qəbulu haqqında razılaşma +
- C) İdxalçı və ixracatçı arasında sövdələşmənin razılaşdırılması təsdiqi
- D) İdxalçı və ixracatçı arasında sövdələşmənin təsdiqi
- E) (... Variantlarda verilənlərin heç biri ilə)
- 28 **Hansı ölkələrdə nə vaxt kontrakt bağlanmış hesab edilir?**
- A) ABŞ, İngiltərə, kontraktın təsdiq edildiyi vaxt
- B) Almaniya, Yaponiya, İsveçrə, yazılı akseptin yola salındığı an
- C) ABŞ, İngiltərə, İsveçrə və Yaponiya, yazılı akseptin yola salındığı an
- D) İngiltərə, İsveçrə, Yaponiya, kontraktın təsdiq edildiyi vaxt +
- E) Fransa, Almaniya, İtaliya Avstriya, oferentin aksept aldığı an
- 29 **Alqı-satqı sövdələşməsi hansı üsulla və ya harada bağlana bilər?**
- A) Telefonla
- B) Birjada
- C) Hərraclarda
- D) Elmi-texniki simpoziumlarda +
- E) İnformasiya-kommunikasiya vasitələri ilə
- 30 **Nümunəvi kontraktlar bu cür də adlandırılır:**
- A) Alqı-satqının xüsusi şərtləri
- B) Alqı-satqının ümumi şərtləri +
- C) Alqı-satqının ümumi və xüsusi şərtləri
- D) Sövdələşmənin müqavilə şərtləri
- E) (A),B),C),D) variantlarında verilənlərin hər biri)
- 31 **Əmtəənin keyfiyyətinin «tel-ke» üsulu nəyi bildirir?**
- A) Əmtəənin müəyyən standartda dəqiq uyğun gələn keyfiyyəti üzrə göndərilməsini
- B) Əmtəə standart əmtəə olmayanda, xüsusi istehsal və istismar tələb edən əmtəələrin göndərilməsini
- C) Konkret əmtəəni xarakterizə edən vacib texniki parametrləri göstərən sənəd üzrə əmtəələrin göndərilməsini
- D) Əmtəənin olduğu kimi göndərilməsini nəzərdə tutan göndərişi +
- E) Tərəflərin etalon kimi qəbul etdikləri əmtəəyə uyğun keyfiyyət göstəriciləri üzrə göndərilməsini
- 32 **Əmtəənin keyfiyyətinin «texniki şərtlər üzrə» müəyyən edilməsi üsulu hansıdır?**
- A) Əmtəənin müəyyən standartda dəqiq uyğun gələn keyfiyyəti üzrə

- göndərilməsi
- B) Əmtəə standart əmtəə olmayanda, xüsusi istehsal və istismar tələb edən əmtəələrin göndərilməsi +
- C) Konkret əmtəəni xarakterizə edən vacib texniki parametrləri göstərən sənəd üzrə əmtəələrin göndərilməsi
- D) Əmtəənin olduğu kimi göndərilməsini nəzərdə tutan göndərişi
- E) Tərəflərin etalon kimi qəbul etdikləri əmtəəyə uyğun keyfiyyət göstəriciləri üzrə göndərilməsi
- 33 **Nəşr edilən qiymətlərə aid deyil:**
- A) Məlumat qiymətləri
- B) Sərgi və yarmarkalarda təklif edilən qiymətlər +
- C) Birja katirovkaları və hərrac qiymətləri
- D) Ümumi statistik məlumatlarda olan qiymətlər
- E) Faktiki sövdələşmə və iri firmaların təklif etdiyi qiymətlər
- 34 **Əvvəlki sövdələşməyə əsaslanan qiymətlər hansı hallarda tətbiq edilir?**
- A) Fərdi sifarişlər əsasında qeyri-standart avadanlıqlara tətbiq edilir
- B) Qiymətlərin nisbətən sabit olduğu anlarda, hər şeydən əvvəl, sənaye xammalları və maşın-avadanlıqlara tətbiq edilən qiymətlər +
- C) Nəşr edilən qiymətlər
- D) Kontrakt qiymətləri
- E) Dəyişkən qiymətlər
- 35 **Mürəkkəb avadanlıqlara görə hansı ödəniş üsullarından istifadə olunur?**
- A) Nəgd
- B) Avans və kreditlə ödəniş
- C) Avans
- D) Nəgd, avans və kreditlə ödəniş +
- E) Kreditlə ödəniş və nəgd
- 36 **Konosament nədir?**
- A) Sığortaçının sığorta alana onun göstərişlərinin yerinə yetirilməsi haqqında xəbərdarlıq sənədidir
- B) Yüklə daşıyan tərəflərdən yükün daşınmaya qəbul edilməsini təsdiq edən sənəddir
- C) Sığorta alanın öz sığorta edən təşkilatına ayrı-ayrı yük yola salınmaları haqqında verdiyi məlumatlardır
- D) Gəmi sahibi tərəfindən verilən və yükün ödənişli daşınması üçün qəbulunu təsdiq edən sənəddir +
- E) Sığorta müqaviləsini təsdiq edən və bütün sığorta şərtlərini özündə əks etdirən sənəddir
- 37 **Komision əməliyyatlarının iştirakçılarıdır:**
- A) Distribyutor və komitent
- B) Broker və komissioner
- C) Komitent

- D) Komitent və komissioner +
- E) Prinsipial, distribyutor və komitent
- 38 **Agent əməliyyatlarının iştirakçılarıdır:**
- A) Distribyutor və komitent
- B) Broker və komissioner
- C) Komitent və broker
- D) Komitent və komissioner +
- E) Komissioner və broker
- 39 **«Müqavilə ərazisi» anlayışı vasitəçilik razılaşmasında nəyi nəzərdə tutur?**
- A) Vasitəçi müəssisənin yerləşdiyi ərazini
- B) Vasitəçinin ixracatçının mallarını satdığı ərazini +
- C) İxracatçının öz məhsulunu müstəqil satdığı ərazini
- D) İstehsalçı müəssisənin yerləşdiyi ərazini
- E) İxracatçının əmtələri (malları) üçüncü şəxslərə satmaq hüququnu saxladığı ərazini
- 40 **Konsiqnasiya müqaviləsinə görə ixracatçının malları son istehlakçıya satılana qədər harada yerləşir?**
- A) İxracat ölkəsində, ixracatçının anbarında
- B) İdxal ölkəsində, vasitəçinin anbarında
- C) İdxal ölkəsində, ixracatçının anbarında
- D) Üçüncü ölkədə, vasitəçinin anbarında +
- E) İdxal ölkəsində, idxalçının anbarında
- 41 **İxracatçının konsiqnasiya müddəti ərzində konsiqnator tərəfindən satılmayan mallar:**
- A) İxracatçıya qaytarılır
- B) Konsiqnator tərəfindən alınır
- C) Silinir və ləğv edilir
- D) İstənilən başqa təyinat üzrə istifadə oluna bilər
- E) Ya ixracatçıya qaytarılır, ya da vasitəçi tərəfindən əldə edilir +
- 42 **Bir tərəf (müvəkkil) digər tərəfin (vəkil edən) adından və onun hesabına müxtəlif əməliyyatlar (xüsusilə xarici ticarət alqı-satqısı üzrə) etməyi öhdəsinə götürürsə, belə sövdələşmə necə adlanır?**
- A) Tapşırıq müqaviləsi
- B) Komissiya sövdələşməsi
- C) Konsiqnasiya sövdələşməsi +
- D) Vasitəçilik razılaşması
- E) Distribyutor razılaşması
- 43 **Müəyyən olunmuş qiymətin yenidən baxılmadığı aralıqda bazar qiymətinin müqavilə qiymətindən mümkün kənarlaşma minimumu nə qədərdir?**
- A) 1-1.5%
- B) 2-5% +
- C) 6-7%

- D) 5-10%
E) 3-5%
- 44 **Qarışıq qiymət nədir?**
A) İxracın əmtəə strukturunun diversifikasiya siyasəti nəticəsində yaranan qiymət
B) Strukturunda bir hissənin qəti qeyd olunmuş, digərinin-sürüşkən olduğu xarici ticarət kontraktının qiyməti +
C) Barter sövdələşmələrinin qiyməti
D) Kompensasiya sövdələşmələrinin qiyməti
E) Statistik qiymətlər
- 45 **Əmtəənin xüsusi mülkiyyətçisi kimi çıxış edən, onu istədiyi bazarda və lazım bildiyi qiymətdə reallaşdıran ticarət-vasitəçi kimdir?**
A) Diler və prinsipial +
B) Prinsipial
C) Kommersant və konsessioner
D) Konsessioner
E) Distributor, kommersant və konsessioner
- 46 **İxracatçı tərəfindən müqavilə əsasında əmtəənin müəyyən ərazidə razılaşıdırılmış müddətdə satmaq hüququnu alan ticarət vasitəçisidir.**
A) Diler və prinsipial
B) Prinsipial
C) Kommersant və konsessioner
D) Konsessioner
E) Distribyutor, kommersant və konsessioner +
- 47 **Agentin komissionerdən fərqi:**
A) Prinsipialın hesabına və onun adından fəaliyyət göstərməkdir
B) Sövdələşməni öz adından və öz hesabına həyata keçirməkdir
C) Ümumi şəxs qarşısında öz adından çıxış edən, ancaq komitentnin hesabına sövdələşməni yerinə yetirməkdir +
D) Əmtəəni öz hesabına almadan alqı-satqı sövdələşməsinin başa çatdırmaqdır
E) İstehsalçının tapşırığı əsasında komissionerin öz adından və öz hesabına həyata keçirilən əməliyyatıdır
- 48 **Komissioner öz vasitəçilik fəaliyyətinə görə sövdələşmədən hansı miqdarda və ya formada mükafat əldə edir?**
A) Orta hesabla 7%-ə qədər və ya komitentnin təyin etdiyi qiymətlə, komissionerin əmtəəni reallaşdırdığı qiymət arasındakı fərqə görə
B) Orta hesabla 9-10%-ə qədər və ya komitentnin təyin etdiyi qiymətlə, komissionerin əmtəəni reallaşdırdığı qiymət arasındakı fərqə görə +
C) Orta hesabla 5-6%-ə qədər və ya komitentnin təyin etdiyi qiymətdən yuxarı olan hissə qədər
D) Orta hesabla 9-10%-ə qədər və ya komitentnin təyin etdiyi qiymətdən yuxarı olan hissə qədər
E) (... Variantlarda verilənlərin heç biri ilə)

- 49 **Beynəlxalq daşınmalarda satıcının üzərinə minimal öhdəliklər qoyan daşınma şərti hansıdır?**
- A) EXW +
 B) DDU
 C) DDP
 D) CIF
 E) FOB
- 50 **Texnologiyaların beynəlxalq mübadiləsinin əsas formaları hansılardır?**
- A) Lisenziyaların beynəlxalq ticarəti və injiniring xidmətləri
 B) Lisenziya ticarəti, injiniring xidmətləri və NOW-HOW +
 C) Lisenziya ticarəti və NOW-HOW
 D) İnjiniring xidmətləri və NOW-HOW
 E) (A),B),C),D) variantlarında verilənlərin hər biri)

CAVABLAR

1)A, 2)C, 3)C, 4)D, 5)C, 6)A, 7)E, 8)C, 9)A, 10)C, 11)A, 12)A, 13)E, 14)D, 15)D, 16)C, 17)D, 18)C, 19)A, 20)D, 21)A, 22)D, 23)B, 24)E, 25)B, 26)C, 27)B, 28)D, 29)D, 30)B, 31)D, 32)B, 33)B, 34)B, 35)D, 36)D, 37)D, 38)D, 39)B, 40)D, 41)E, 42)C, 43)B, 44)B, 45)A, 46)E, 47)C, 48)B, 49)A, 50)B.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. А.М.Мəһəррəмов, Н.Н.Асланов. Xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi. Bakı, 2008, 399 s.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. УПМ «АСПЕМГ-ПРЕСС», 2001.
3. Балабанов И.Г. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика. 2005, 176 с.
4. ООН О договорах международной купли-продажи товаров: Конвенция Организации Объединенных Наций – 1980 [Электронный ресурс] //СПС Консультант. Плюс. Законодательство. Версия Проф.
5. И.Н.Герчигова. Международное коммерческое дело. ЮНИТИ, Москва, 2001, 671 с.
6. Громова Н.М. Внешнеторговые контракты – Contracts in Foreign Trade [Текст]: учеб.пособие /Н.М.Громова. 2-е изд., испр. – М.: Магистр. 2008, 141 с.
7. Добрецов Г.Б. Способы заключения внешнеторгового контракта [Электронный ресурс]: Лекция /Г.Б.Добрецов //http://de.sibsau.ru/.
8. Международные правила по унифицированному толкованию торговых терминов (INCOTERMS) [Электронный ресурс] // СПС Консультант. Плюс. Законодательство. Версия Проф.
9. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / Под. ред. проф. Л.Н.Красавиной. М.: Финансы и статистика. 2002, 606 с.

10. Мировая экономика и международные экономические отношения / Под. ред. проф. А.С.Булатова и проф. Н.Н.Ливенцева . М.: Магистр, 2010, 654 с.
11. Международные экономические отношения: Учебник / Под. ред. Б.М Смитиенко. М.: ИНФРА-М, 2007. 512 с.
12. В.Е.Рыбалкин. Международные экономические отношения. М.: ЮНИТИ, 2003, 519 с.
13. Г.Б.Рустамбеков. Национальные экономические интересы в процессе постсоциалистической трансформации и глобализация. Баку: Чашыюглы, 2009, 370 с.
14. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцова Е.Б. Современный экономический словарь. ИНФРА-М, 2006 г.
15. Свинухов В.Г. Таможенно-тарифное регулирование внешне экономической деятельности. М.: Экономист, 2004.
16. Улин Б. Межрегиональная и международная торговля. Пер. с англ. М.: Дело, 2004.
17. В.И.Фомичев. Международная торговля. М.: ИНФРА-М, 2001, 446с.
18. Yearbook of tourism statistics. (Beynəlxalq Turizm Təşkilatının illik məcmuəsi)
19. İnternet resursları:
www.5ballov.ru
www.rambler.ru
www.yahoo.com
www.google.az
www.economy.az

www.lot.rug.nl/USA/ECO/1991/ch4.pr.htm

www.azstat.org

www.economist.com

<http://en.wikipedia.org/wiki/Business-tourism>

<http://wp.me/pYsE1-3m>

<http://www.world-tourism.org>.