



İXRACATÇILAR ÜÇÜN TƏLİMAT KİTABI

Bakı - 2013

Müəlliflər:

İlkin Qarayev,

*AzEkoKonsaltinq şirkətinin prezidenti,
Xarici Ticarət üzrə beynəlxalq dərəcəli ekspert*

Elxan Mikayılov,

*ASR Konsaltinq və Araşdırma Qrupunun baş direktoru,
Xarici Ticarət və ÜTT üzrə beynəlxalq ekspert*

Fuad Rəsulov,

*Xəzər Universitetinin İqtisadi və Biznes Araşdırmaları və
Təhsil Mərkəzinin professoru*

Gerry Morrissey,

Ticarətin təşviqi üzrə beynəlxalq ekspert

Redaksiya heyəti:

Vidadi Quliyev,

AZPROMO-nun vitse prezidenti

Anar Qasımlı,

AZPROMO-nun Biznes Məlumat Mərkəzinin direktoru

Gülnarə Məmmədova,

Almaniya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyətinin (GİZ) layihə işçisi

*Bu kitab Avropa İttifaqı və GİZ-in texniki və maliyyə dəstəyi ilə AZPROMO tərəfindən tərtib edilib.
Kitabın məzmunu Avropa İttifaqının baxışlarını əks etdirmir.*

ISBN 978-9952-452-42-6

© "AZPROMO", 2013

© "GİZ", 2013

MÜNDƏRİCAT

MODUL I.	BEYNƏLXALQ MARKETİNQ VƏ BAZAR ARAŞDIRMALARI.....	7
MODUL II.	XARİCİ BAZARLARA GİRİŞ.....	45
MODUL III.	QABLAŞDIRMA VƏ SERTİFİKATLAŞDIRMA.....	67
MODUL IV.	BEYNƏLXALQ TİCARƏTDƏ ALQI-SATQI MÜQAVİLƏLƏRİ.....	93
MODUL V.	MALIN ÇATDIRILMASI ŞƏRTLƏRİ.....	101
MODUL VI.	İXRAC QİYMƏTİNİN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ.....	109
MODUL VII.	GÖMRÜK VƏ GÖMRÜK YÜK BƏYANNAMƏSİ.....	119
MODUL VIII.	DAŞINMA VƏ LOGİSTİKA.....	171
MODUL IX.	BEYNƏLXALQ TİCARƏTİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ.....	183

Son illər ərzində ölkəmizdə aparılan iqtisadi islahatlar, yaradılmış əlverişli biznes və investisiya mühiti, sahibkarlığın inkişafı, iqtisadiyyatın yüksək templərlə artması və şaxələndirilməsi, habelə qeyri-neft sektorunun iqtisadi inkişafda istiqamətverici və hərəkətverici rol oynaması Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası üçün geniş imkanlar açmışdır. Bunun fonunda Azərbaycanın ixrac potensialı əhəmiyyətli dərəcədə güclənmiş, ölkənin xarici ticarət əlaqələri xeyli genişlənmişdir. Belə ki, son on il ərzində xarici ticarətimiz 6.4 dəfə, o cümlədən ixrac 9.2 dəfə və qeyri-neft ixracı 4.5 dəfə artmışdır. Qeyri-neft məhsullarının ixrac coğrafiyası da ilbəlil artır. Yüksək keyfiyyəti ilə seçilən məhsullarımız ənənəvi bazarlarla yanaşı, ABŞ, Kanada, Avstraliya, Yaponiya, Yeni Zelandiya, Afrika və Latın Amerikası ölkələri kimi uzaq ölkələrə də ixrac olunur.

Yerli sahibkarlarımızın ilbəlil artan ixrac potensialı və ixrac coğrafiyası onların potensial bazarlardakı mövcud tendensiyalar, tətbiq olunan qayda və tələblər, bir sözlə xarici ticarət sahəsində ətraflı və dəqiq məlumatlara malik olunması ilə sıx bağlıdır. Bu prosesdə iş adamlarına dəstəyin göstərilməsi, onların maarifləndirilməsi sahəsində fəaliyyət göstərən Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondunun da (AZPROMO) özünəməxsus rolu var. Belə ki, 2003-cü ildə İqtisadi İnkişaf Nazirliyi tərəfindən təsis edilən AZPROMO onillik fəaliyyəti dövründə ixracının təşviqi, o cümlədən məhsullarımızın xarici bazarlarda tanınması istiqamətində fəal işlər görmüşdür. Bu illər ərzində AZPROMO müxtəlif səpkilli tədbirlər və sərgilərlə yanaşı mütəmadi olaraq yerli şirkətlər üçün çoxsaylı maarifləndirmə və təcrübə mübadiləsi tədbirləri də təşkil etmişdir. Biz mütəmadi olaraq, yerli sahibkarlarımıza Azərbaycanın və xarici ölkələrin ticarət və investisiya qanunvericiliyi, ixrac prosedurları, investisiyaların qoyuluşu və s. mövzularda məsləhətlər veririk, təlimlər təşkil edirik, habelə müxtəlif ölkələr üzrə bazar araşdırmaları apararaq, təmənnasız olaraq onlarla paylaşırıq.

Yerli şirkətlərin ixrac sahəsində maarifləndirilməsi istiqamətində AZPROMO və Almaniyanın Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyəti (GIZ) arasında yerli ixracatçılar üçün ixracyönümlü tədbirlərin keçirilməsinə dair imzalanan Anlaşma Memorandumu çərçivəsində yerli şirkətlərin ixrac sahəsində maarifləndirilməsi məqsədilə 9 moduldan ibarət İxracatçılar üçün Təlimat Kitabı hazırlanmışdır. Təlimat kitabı ixracata yeni başlayan və ya gələcəkdə öz məhsullarını xarici bazarlara çıxarmağı nəzərdə tutan şirkətlər üçün nəzərdə tutulmuşdur. Kitabda beynəlxalq marketing, xarici bazarlara giriş, qablaşdırma və sertifikatlaşdırma, gömrük prosedurları, nəqliyyat, loqistika və s. zəruri mövzular əhatə olunub.

Ümid edirəm ki, kitab sahibkarlarımızın ixrac sahəsində nəzəri və praktiki biliklərinin artmasına və nəticə etibarilə onların ixrac imkanlarına müsbət töhfə verəcəkdir. Fərsətdən istifadə edib, kitabın hazırlanmasında əmək sərf edən bütün kollektivə öz təşəkkürümü bildirirəm.

Hörmətlə,
Rüfət Məmmədov
AZPROMO-da prezident vəzifəsini icra edən

Hörmətli Sahibkarlar,

“İxracatçılar üçün Təlimat Kitabı” ixracla məşğul olan sahibkarlar üçün ixrac və ticarət vasitəsi ilə imkanlar yaratmaq və genişləndirmək üçün nəzərdə tutulmuş vəsaitdir. Kitab Almaniyanın Federal İqtisadi İnkişaf və Əməkdaşlıq Nazirliyinin (BMZ) maliyyələşdirdiyi və Almaniya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyətinin (GİZ) icra etdiyi Cənubi Qafqazda Özəl Sektorun İnkişafı proqramı (2008-2013) çərçivəsində çap olunmuşdur. GİZ uzun illərdir ki, Azərbaycan Respublikasının İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, o cümlədən Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu (AZPROMO) ilə uğurlu əməkdaşlıq edir. 2012-ci ilin may ayından etibarən GİZ AZPROMO ilə birgə İxracatçılar üçün Təlim Proqramını həyata keçirir. “İxracatçılar üçün Təlimat Kitabı” da sözügedən təlim proqramının qarşıya qoyduğu məqsədlərə uyğun olaraq hazırlanmışdır.

Azərbaycanda qeyri-neft ixrac sənayesinin inkişafı üçün böyük potensial mövcuddur. Bu istiqamətdə hökumət qanunvericiliyi təkmilləşdirir və ixrac sektoruna dəstək olur, həmçinin ölkədə kifayət qədər Azərbaycan brendini təşviq etmək və yeni bazarlara çıxarmaq arzusunda olan sahibkarlar mövcuddur.

Təlimat kitabında nəqliyyat və logistika, sertifikatlaşdırma, gömrük, beynəlxalq ticarət qanunvericiliyi, maliyyə və ixraca dair digər faydalı məlumatlar öz əksini tapmışdır.

Ümid edirik ki, təlim vasitəsi kimi bu soraq kitabı sizlərin ixrac sahəsində biliklərinizin təkmilləşməsinə töhfə verəcək, həmçinin Azərbaycan ixracatçılarına beynəlxalq bazarları daha yaxşı anlamaq, mövcud olan bazarlara ixracı artırmaq və yeni bazarlara çıxmağa köməklik göstərəcək. GİZ təşkilatı adından işinizdə müvəffəqiyyətlər arzulayıram və uğurlarınız barədə xəbərlər gözləyirəm!

Hörmətlə,
Henning Tvesten
Almaniya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyətinin (GİZ)
Azərbaycan Respublikasındakı Nümayəndəliyinin direktoru



MODUL I

BEYNƏLXALQ MARKETİNG VƏ BAZAR ARAŞDIRMALARI

Təlimatın bu bölməsində siz başqa ölkədə biznes ilə məşğul olmağın fundamental aspektləri ilə tanış olacaqsınız. Bu aspektlərin birində ciddi yanlışlıq aylarla sərf olunan əməyi ziyan edə bilər.

Şirkət nə üçün ixrac etməlidir?

“Mən nə üçün ixrac etmək istəyirəm?” Bu şirkətin başlanğıcda özünə verməli olduğu əsas sualdır.

Adətən şirkətin iki məqsədi olur:

- Gəlirliliyi artırmaq
- Məhsuldarlıqdan tam ölçüdə istifadə etmək

Daha spesifik olaraq:

- Başqa bazarlarda daha artıq mənfəət mümkün ola bilər
- Yerli bazar inkişaf üçün kifayət qədər imkan təmin etməyə bilər
- Şirkətin spesifik məhsulu və Azərbaycanda kifayət qədər potensial müştərisi olmaya bilər.
- Şirkətlər daha yüksək təhlükəsizlik axtara bilərlər ki, buna da riskləri çoxlu bazarlara paylamaqla nail olmaq olar
- Şirkətlər beynəlxalq bazarlarda sərgilədikləri məhsullarının güncəl olduğundan əmin olmaq istəyə bilər

İxracın ən böyük üstünlüklərindən biri odur ki, o, şirkətin imkanlarını gücləndirmək üçün daha geniş həddə təmin edir. Beynəlxalq mühitdə satış şirkətlərin innovativ çərçivələrini genişləndirir, yerli bazarda əldə edə bilməyəcəkləri imkanlar açır.

Marketingin mahiyyəti və tərif

Bir çoxları hesab edir ki, marketing yalnız reklamdan ibarətdir. Marketing müştərilərin tələbatını ödəmək fəaliyyəti kimi baxmaq lazımdır. Marketing istehlakçılarla (müştərilərlə) faydalı əlaqələrin idarə olunmasıdır. Marketing üzrə mütəxəssislər marketingə 2000-nə yaxın müxtəlif təriflər vermişlər. Əlbəttə bunların hansının doğru və ya yanlış olmasını iddia etmək düzgün olmazdı belə ki, bu təriflərin hamısında müəyyən bir həqiqət var. Lakin marketingə tərif verərkən aşağıdakı önəmli cəhətləri nəzərə almaq lazımdır:

- ✓ Marketing planlaşdırma prosesidir
- ✓ Bu proses məhsulun yaradılması, qiymətləndirməsi, təbliğatının aparılması və yayılmasından ibarətdir
- ✓ Marketingin məhsulu mal, xidmət və ya fikir ola bilər
- ✓ Marketingin nəticəsi mübadilədir
- ✓ Marketingin obyektə şəxs və ya təşkilatdır

Eyni zamanda dünyada marketing sahəsində tanınmış təşkilat və mütəxəssislərin də yanaşması maraqlıdır:

“Marketing təşkilati məqsədlərə nail olmaq üçün hədəf bazarlarının ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək və rəqiblərlə müqayisədə, tələbatı daha səmərəli ödəməkdir.”

Kotler, P. Marketing əməliyyatlarının idarə edilməsi, 1984-cü il

“Marketing – müştərilərin tələblərinin/ehtiyaclarının mənfəətlə müəyyənləşdirilməsi, proqnozlaşdırılması və ödənilməsinə görə cavabdeh olan idarəetmə prosesidir”

Sertifikatlaşdırılmış Marketing İnstitutu

Rəqabət bazarında işləyən təşkilat marketing təfəkkürünün prinsiplərinə əməl etməsə, bazarda uzun müddət qalaraq, rəqabət üstünlüyü əldə edə bilməz. Məlum olduğu kimi, tələbatın təklifi üstələdiyi bazarlara satıcının bazarı, təklifin tələbatdan üstün olduğu bazarlara isə alıcının bazarı deyilir. Hazırda iqtisadi və texnoloji tərəqqinin inkişaf etdiyi dövrdə demək olar ki, bir çox biznes sahələri artıq çoxdan alıcının bazarına çevrilmişdir və bu bazarlarda “müştəri şahdır” prinsipi üstünlük təşkil edir. Bu da bir daha marketing təfəkkürünün və düşüncə tərzinin vacibliyini sübut edir.

Məlumdur ki, biznesin davamlı uğur əldə etməsi üçün bir sıra amillər tələb olunur və onlardan əsas amillər kimi aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- ✓ Müştəri məmnunluğu
- ✓ Şirkətin gəliri
- ✓ Bütün təşkilatın səyi
- ✓ İctimai dəyər

Qeyd edilən bu sütunların birinin yoxluğu, bütövlükdə biznesin müflis olmasına səbəb ola bilər. Eyni zamanda məlumdur ki, hər il dünyada yaranan milyonlarla yeni şirkətlərin heç də hamısı uğur əldə edə bilmir və qarşısına qoyduğu məqsədlərə nail ola bilmir. Bunun əsas səbəbləri kimi, şirkətin fəaliyyətinin marketing və bazar prinsiplərinə uyğunlaşdırılmadığı və marketing fəaliyyətinin düzgün idarə edilmədiyi göstərilir. Marketingin fəaliyyətinin idarə edilməsində əsas müvəffəqiyyət amilləri kimi aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- ✓ Marketing funksiyasının təşkilati strukturu
- ✓ Marketing strategiyası (marketing strateji planı)
- ✓ İT dəstəyi (məlumatlara giriş, proqram təminatı)
- ✓ Düzgün tərtib edilmiş marketing və satışlar üzrə planlar
- ✓ Marketing əməliyyatları üçün adekvat büdcə
- ✓ Marketing üzrə mütəxəssislərin peşəkarlığı və şəxsi iştirakı
- ✓ Xarici dəstəyin düzgün seçilməsi

Marketing əməliyyatlarının düzgün planlaşdırılması və hər bir marketing məqsədlərinə nail olmaq üçün lazım olan fəaliyyətlərin müəyyənləşdirilməsi də mühüm əhəmiyyət daşıyır:

Məqsəd	Fəaliyyət
Müştərilərin tələbatının müəyyənləşdirilməsi	Marketing araşdırması
Rəqabətdə üstünlük əldə edilməsi	Marketing strategiyası
Məqsədli bazarların seçilməsi	Seqmentləşdirmə
Tələbatın ödənilməsi üzrə tədbirlərin işlənilib hazırlanması	Marketing kompleksi
Marketing qərarlarının effektivliyinin təhlili	Marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə nəzarət

Marketing funksiyasının təşkilatı strukturunun əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

- ✓ Bütün marketing fəaliyyətlərinin inteqrasiyası üçün imkanların yaradılması (daxili və xarici)
- ✓ Dəyişən bazar mühitinə reaksiya vermək üçün imkanların yaradılması
- ✓ İşçilərin yaradıcı və fəal olması üçün stimullaşdırılması
- ✓ Marketing məqsədlərinə nail olmaq üçün insan və maliyyə resurslarının optimallaşdırılması
- ✓ İşçilərin müştəriləri diqqət mərkəzində saxlaması

Beynəlxalq marketing

Marketing alətlərinin həm daxili bazarda, həm də xarici bazarlarda demək olar ki, eyni olmasına baxmayaraq, beynəlxalq marketingdə nəzərə alınmalı olan bir sıra əlavə amillər mövcuddur:

- ✓ Dəyişən şərtlər
- ✓ Regional imkanlar və perspektivlər
- ✓ Beynəlxalq maliyyə mühiti
- ✓ Beynəlxalq ictimai mühit
- ✓ Beynəlxalq texnoloji mühit
- ✓ Beynəlxalq siyasi mühit

Dəyişən şərtlər

- ✓ Beynəlxalq aləmdə dəyişmələrin sürəti getdikcə artır, ona görə də malgöndərənlər, müştərilər, rəqiblər və bazarlar haqqında ən yeni məlumatların və biliklərin əldə edilməsi vacibdir
- ✓ Dəyişikliklər universaldır və siyasi, maliyyə, ictimai və texnoloji mühitləri əhatə edir

Regional imkanlar və perspektivlər

- ✓ Əhəmiyyətli siyasi transformasiyaların baş verməsi
- ✓ Yeni siyasi qrupların yaranması
- ✓ Regional müharibələr
- ✓ Mövcud siyasi blokların aktivləşməsi

Beynəlxalq maliyyə mühiti

- ✓ İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə güclü bazarlar yaranır və təhlükəsizlik bu inkişafı sürətləndirir
- ✓ ABŞ dolları beynəlxalq valyutalar arasında dominantlığını qoruyur

- ✓ Valyutaların məzənnələrinin dəyişməsinə dövlətlərin fəaliyyətindən daha çox valyuta məzənnələrinin bazar sistemi müəyyən edir
- ✓ Bir maliyyə bazarında baş verən böhran tezliklə digər bazarlara da təsir edir

Beynəlxalq ictimai mühit

- ✓ İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə əhalinin artım tempi inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən daha yüksəkdir. Əhalinin artımının tənzimlənməsi bəzi ölkələrdə milli prioritetə çevrilmişdir
- ✓ İnkişaf etmiş ölkələrin əhalisi azalmağa və qocalmağa davam edir, bu ölkələrdə işçi qüvvəsi azalır

Beynəlxalq texniki mühit

- ✓ Kommunikasiyanın bütün formaları getdikcə daha əhəmiyyətli olur belə ki, informasiyaların idarə olunması ön plana keçir
- ✓ Yeni məlumatlar və onların təhlili texnologiyaları biznesin inkişafına güclü təsir göstərir

Beynəlxalq siyasi mühit

- ✓ Dövlətlərin beynəlxalq ticarətə təsiri artır
- ✓ Bir sıra dövlətlər beynəlxalq marketing mühitinə təsir siyasətlərini əlaqələndirməyə çalışır
- ✓ Dövlətlər beynəlxalq ticarət məsələlərində yerli siyasətlərini asanlaşdırmağa çalışır
- ✓ Dövlət – Şirkət əməkdaşlığı siyasətinin bir hissəsinə çevrilmişdir

Marketing strategiyası və marketing fəaliyyətinin planlaşdırılması

Biznesin effektiv idarə edilməsi, marketingin prinsiplərinin biznesə tətbiq edilməsi və davamlı uğur əldə etmək üçün marketing strategiyasının müəyyənləşdirilməsi vacib amillərdəndir. Marketing strategiyası ümumi biznes strategiyasının bir hissəsi olaraq biznes hədəflərinə çatmaq üçün marketing alətlərindən istifadədə ümumi yanaşmanı nəzərdə tutur. Burada bir sıra suallar cavablandırılmalıdır:

- ✓ Biz hazırda hansı mövqedəyik – bunun üçün rəqabət bazarı, mövcud vəziyyət, mövcud məhsullar və s. amillər araşdırılmalıdır
- ✓ Haraya doğru irəliləmək istəyirik – bunun üçün şirkət özünün hədəf bazarını müəyyən etməlidir
- ✓ Ora nəyə görə getmək lazımdır – başqa sözlə şirkətin strateji vəzifələri nədən ibarətdir və bundan nə əldə etmək istədiyini nədir?
- ✓ Ora necə gedəcəyik – marketing alətlərindən istifadə strategiyası necə olacaqdır?

Marketing strategiyasının müəyyən olunmasında istifadə edilən vasitələrdən biri də Ansoff cədvəlidir. Bu vasitədən istifadə edərək şirkət özünün məhsul və bazar strategiyasını müəyyənləşdirə bilər. Onun vasitəsi ilə şirkət mövcud və ya yeni bazarda işləmək istədiyini, eləcə də bu bazarlara mövcud yoxsa yeni məhsullarla irəliləmək istədiyini müəyyənləşdirə bilər.

Ansoff cədvəli

Strategiyalar	Mövcud məhsul	Yeni məhsul
Mövcud bazar	Dərinləşdirmə	Məhsulların inkişafı
Yeni bazar	Bazarların inkişafı	Müxtəlifləşdirmə

Eyni zamanda sahibkarlar marketing strategiyasının müəyyənləşdirilməsi zamanı aşağıdakı strategiyalardan istifadə edə bilərlər:

Bazarın genişləndirilməsi

- ✓ Yeni (potensial) müştərilərin cəlb edilməsi
- ✓ Bazarda aparıcı iştirakçı olmaq
- ✓ Satışların həcmi və satışlardan əldə edilən mənfəətin həcmi artırmaq

Bazarın müdafiəsi

- ✓ Bazarda şirkətin mövqeyini dəstəkləmək
- ✓ Mövcud müştərilərlə işi gücləndirmək
- ✓ Satışlardan əldə edilən mənfəəti eyni səviyyədə saxlamaq

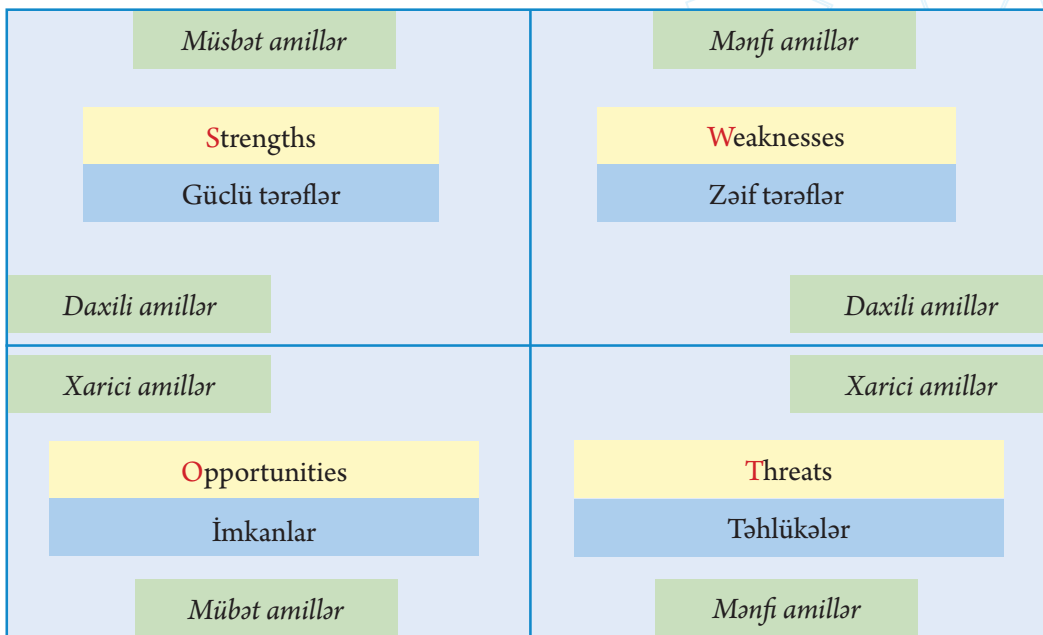
Bazara giriş

- ✓ Müştərilərə yeni məhsullar təqdim etmək
- ✓ Düzgün qiymət siyasəti müəyyənləşdirmək və müştəriləri maraqlandırmaq
- ✓ Aktiv təbliğat / təşviqat siyasəti

Bazar mövqeyi

- ✓ Məhdud lakin ixtisaslaşmış, yüksək keyfiyyətli məhsullarda maraqlı olan potensial müştərilər segmentini tapmaq
- ✓ Satışlardan əldə edilən mənfəəti artırmaq
- ✓ Bazar mövqeyini gücləndirmək

Marketing strategiyası və SWOT təhlil



XARİCİ AMİLLƏR

Xarici makromühit

- ✓ Cəmiyyət
- ✓ Demografik vəziyyət
- ✓ Siyasi vəziyyət
- ✓ İqtisadi vəziyyət
- ✓ Texnoloji tərəqqi
- ✓ Hüquqi normativ bazası

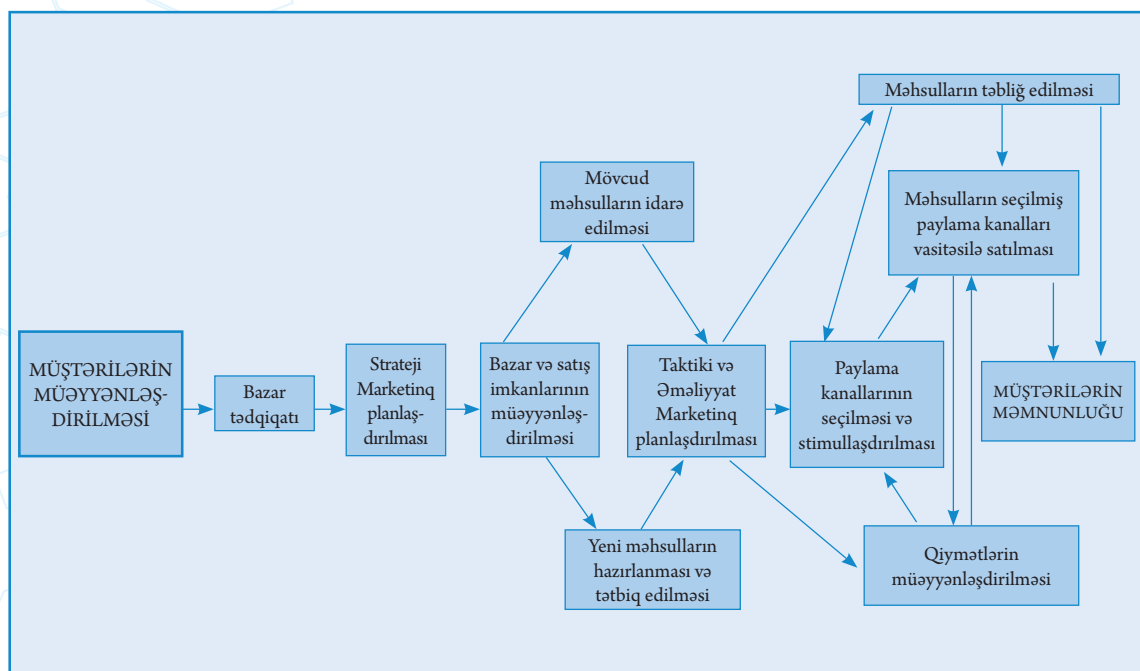
Xarici mikromühit

- ✓ Müştərilər (varlı, standart, kütləvi)
- ✓ Rəqabət (fəal, zəif)
- ✓ Təchizatçılar (sığorta, reklam)
- ✓ Vasitəçilər

Daxili amillər

- ✓ Satış şəbəkəsi
- ✓ Müştəri dairəsində ixtisaslaşma
- ✓ Məhsul üzrə üstünlük
- ✓ Texnoloji hazırlıq
- ✓ Menecmentin səviyyəsi
- ✓ İnsan resursları
- ✓ Məlumatlandırma sistemi

Marketing fəaliyyətinin idarə edilməsində əsas komponentlər aşağıdakılardır:



HƏDƏF BAZARI VƏ STRATEJİ PROSES

Hədəf bazarı – Şirkətin fəaliyyətini aparmaq və məqsədlərinə nail olmaq üçün hədəf aldığı müştərilərin seçilmiş seqmenti və ya seqmentləridir. Hədəf bazarının seçilməsi şirkətin bu gün və gələcəkdə gəlirli satışlarını təmin etmək üçün çox vacib bir məqamdır.

Strategiya və marketing vəzifələri hədəf bazarı üzrə ən azı üç illik müddət üçün təyin edirlər.

Hədəf bazarının müəyyənləşdirilməsi və aşağıdakı suallara cavab vermək üçün bazar araşdırmalarının keçirilməsi tələb olunur:

- ✓ Hansı seqmentlər və ya alt-seqmentlər hal-hazırda şirkətlər tərəfindən kifayət qədər xidmət olunmur?
- ✓ Seqmentlərdə və ya alt-seqmentlərdə hansı məhsulların təchizatı yetərli deyil?
- ✓ Hansı seqmentlərdə və ya alt-seqmentlərdə bəzi məhsullar çatışmır?
- ✓ Seqment və ya alt-seqment müştərilərinin nə dərəcədə iqtisadi potensialı vardır (*müştərilərin ümumi və region üzrə sayı, demoqrafik strukturu, gəlirlərin səviyyəsi, artım potensialı*)?
- ✓ Rəqiblərin bazarda satış və marketing fəaliyyəti üzrə mövqeyi nədir (*məhsullar, qiymətlər, bölgü, təşviq, satış şəbəkələri*)?

Seqmentasiya – bazarın hissələnməsi

Bazarın fərqli ehtiyacları, xüsusiyyətlərə və davranışlara malik ayrıca məhsullar və ya marketing kompleksi tələb edə bilən alıcılar (müştərilər) qrupuna bölünməsinə **seqmentasiya** deyilir

Müştəri seqmentasiyasının əsas meyarları aşağıdakılardır:

Coğrafi meyarlar – regionlara və zonalara əsasən seqmentasiya, misal üçün: Avropa, Asiya, qonşu ölkələr şimali region, şəhər ərazisi, kənd ərazisi

İqtisadi meyarlar

- ✓ Hüquqi şəxslər üçün: iqtisadi fəaliyyət, ümumi gəlir səviyyələri, illik dövriyyə, illik xalis mənfəət, işçilərin sayı və s.
- ✓ Fiziki şəxslər üçün: illik gəlir səviyyəsi

Sosial-demoqrafik meyarlar

- ✓ Fiziki şəxslər üzrə: müştərinin cinsi, yaş qrupu, peşəsi, etnik qrup, müştərinin həyat dairəsi
- ✓ Hüquqi şəxslər üzrə: bazarda fəaliyyət müddəti

Psixografik meyarlar

- ✓ Müştərilərin mövqeyi
- ✓ Müştərinin məhsullarınıza olan münasibəti
- ✓ Yeniliklərə açıqlıq

Mənfəətlilik meyarları – Müştərilərin mənfəətlilik dərəcəsi

Qeyd olunduğu kimi seqmentasiya müştərilərin eyni göstəricilərə malik olan qruplara bölünməsidir. Eyni göstəricilərə malik qrup dedikdə şirkətin məhsullarına eyni dərəcədə tələbatı və gözləntiləri olan müştərilər başa düşülür. Bazar seqmentasiyasının məqsədi müştərilərin bu və ya digər məhsullara olan ehtiyaclarının fərqlərinə/oxşarlıqlarına əsasən qruplaşdırılmasından ibarətdir. Seqmentasiyada

müştərilər makro-seqmentlərə, seqmentlərə, alt-seqmentlərə və ya mikro-seqmentlərə bölünə bilərlər. Seqmentasiya ümumi marketing strategiyasının və seqment strategiyalarının formalaşdırılması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Bazar seqmentasiyasının əsas üstünlükləri aşağıdakılardır:

- ✓ Bazar seqmentasiyası, resursların bölüşdürülməsi ilə bazar tələbləri arasında daha mükəmməl uyğunlaşdırma hesabına xərclərin azaldılmasına imkan verir. Bunun nəticəsində, satışlardan mənfəət artır
- ✓ Seqmentasiya müştərilərin ehtiyaclarını və tələbatlarını daha yaxşı öyrənmək və onlara daha yaxşı xidmət göstərmək imkanını verir
- ✓ Müəyyən bir seqment daxilindəki müştərilər üçün xüsusi hazırlanmış məhsullar təklif etmək daha asandır
- ✓ Seqmentasiya müştərilərin məhsulun keyfiyyətindən razılıq səviyyəsini artırır

Seqmentasiyada vacib olan məqamlar:

- ✓ Aydın şəkildə müəyyənləşdirilmiş seqmentasiya vəzifələri (*Seqmentasiya nə üçün aparılır?*)
- ✓ Seqmentasiyanın aydın şəkildə müəyyənləşdirilmiş meyarları (*Seqmentə daxil olan müştərilərin vahidliyini nə təmin edir?*)
- ✓ Seqmentin ölçüsünün qiymətləndirilməsi (*Müəyyən seqmentə daxil olan ailələrin və ya müəssisələrin sayı nə qədərdir?*)
- ✓ Seqment vahidlərinin məlumatlarının toplanması (*Seqment müştəriləri, ailələri və ya müəssisələri barəsində hansı əsas məlumatlar mövcuddur?*)

MARKETİNQ FƏALİYYƏTİNİN TƏRKİB HİSSƏLƏRİ

Ənənəvi yanaşma (4P):

<i>P</i>	Məhsul	(Product)
<i>P</i>	Qiymət	(Price)
<i>P</i>	Yer	(Place)
<i>P</i>	Təbliğat / təşviqat	(Promotion)

Yeni yanaşma (7P):

<i>P</i>	Məhsul	(Product)
<i>P</i>	Qiymət	(Price)
<i>P</i>	Yer	(Place)
<i>P</i>	Təbliğat / təşviqat	(Promotion)
<i>P</i>	İnsanlar	(People)
<i>P</i>	Fiziki dəlil, mülkiyyət	(Physical evidence)
<i>P</i>	Proses	(Process)

MƏHSUL

Beynəlxalq məhsul siyasəti

Öz məhsullarını xarici bazarlara çıxarmaq istəyən sahibkar özünün beynəlxalq məhsul siyasətini düzgün müəyyənləşdirməlidir.

- ✓ Nə satmaq?
- ✓ Beynəlxalq məhsul strategiyaları
- ✓ Standartlaşdırma yoxsa xüsusiləşdirmə
- ✓ Xarici bazarlara girməkdə vaxtın seçilməsi
- ✓ Beynəlxalq brend portfelinin idarə olunması
- ✓ Məhsulların qablaşdırılması və markalanması
- ✓ Beynəlxalq məhsul sırasının idarə olunması

Nə satmaq?

Beynəlxalq marketinqdə xarici bazara nə satılacağı düzgün müəyyənləşdirilməlidir

- ✓ Təklif olunacaq məhsulların müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Məhsul və əmtəə, yoxsa xidmət və hüquqlar

Məhsul yoxsa xidmət və hüquqlar

- ✓ Xarici bazarlarda şirkət məhsulları yanaşı həmçinin xidmətlərini və ya hüquqlarını da sata bilər
- ✓ Hüquqlar: brend / ticarət nişanı / patent
- ✓ Xidmətlər: idarəetmə təcrübəsi (*məsələn, beynəlxalq mehmanxana şəbəkəsi*)

Məhsullar üzrə zəmanətlər və xidmətlər

- ✓ Zəmanət
- ✓ Şirkət məhsullarına zəmanətləri bütün ölkələrdə eyni verməli və ya hər ölkə üçün uyğunlaşdırmalıdır?
- ✓ Şirkət zəmanəti rəqabət silahı kimi istifadə etməlidirmi?
- ✓ Xidmət
- ✓ Xarici təchizatçıların müəyyənləşdirilməsi üçün xidmət imkanları
- ✓ Uyğun şəraitin yaradılmasına, işçilərə, treninqlərə və satış şəbəkəsinin yaradılmasına yüksək yatırımların tələb olunması

Standartlaşdırma yoxsa xüsusiləşdirmə

- ✓ Müxtəlif ölkələrdə satılan malların eyni olmasına baxmayaraq, şirkət xaricə satdığı malların həmin bazara uyğunluğunu müəyyənləşdirməlidir
- ✓ “Biznes hər yerdə eynidir” prinsipi

Məhsulların standartlaşmasının səbəbləri

- ✓ Xərclərə qənaət
- ✓ Ümumi istehlakçı tələbatı
- ✓ Zövqlərin dəyişməsi / uyğunlaşması
- ✓ İstehsal ölkəsinin imici
- ✓ Texnologiyaların təsiri

Məhsulların uyğunlaşdırılmasının səbəbləri

- ✓ İqlim şəraiti
- ✓ İstifadəçilərin səviyyəsi
- ✓ İstehlakçıların ənənələri
- ✓ Məhsullar, qablaşdırma və markalanma ilə bağlı xarici dövlətlərin norma və standartları

Xarici bazarlara girməkdə vaxtın seçilməsi

Şirkət hansı bazara və nə vaxt girmək istədiyini müəyyənləşdirməlidir. Burada istifadə olunan əsas iki strategiya mövcuddur:

- ✓ “Şəlalə” (Waterfall) strategiyası
- ✓ “Səpələnmə” (Sprinkler) strategiyası

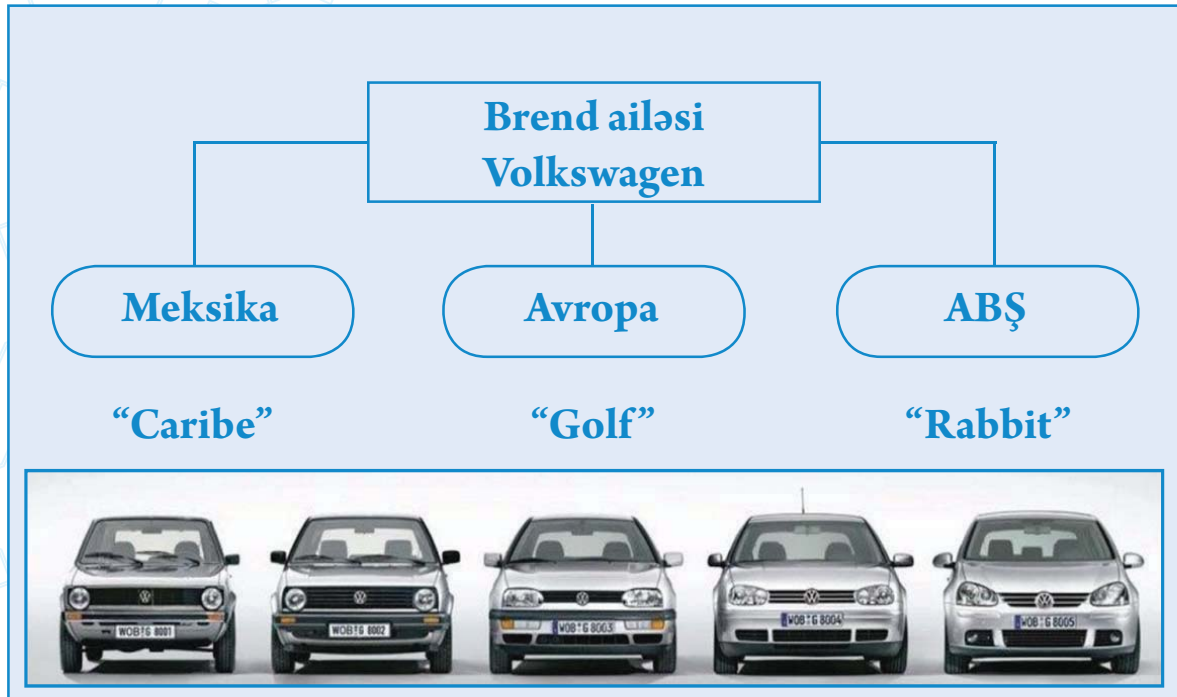
Beynəlxalq brend portfelinin idarə olunması

Beynəlxalq marketinqdə brendlərin bölgüsünü aşağıdakı kimi aparmaq olar:

- ✓ Qlobal brendlər
- ✓ Regional brendlər
- ✓ Yerli brendlər

Beynəlxalq Brendlərin qorunması – Məhsulların adları və ticarət nişanları

- ✓ Şirkət öz brendlərini və adlarını qorumaq lazımdır
- ✓ Qlobal brendlər yoxsa yerli brendlər
- ✓ Brend piraçılığı



Məhsulların qablaşdırılması və markalanması

Məhsulların qablaşdırılması və markalanmasında əsas amillər aşağıdakılardır:

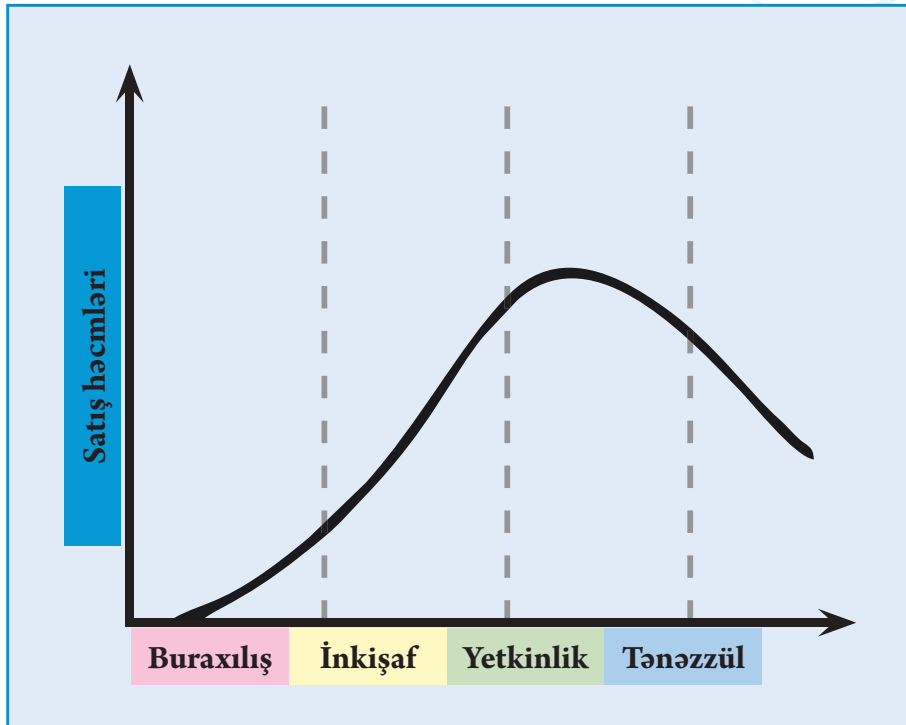
- ✓ Qoruma – burada nəzərə alınmalı amillər: iqlim şəraiti, malların daşınma və saxlanılma üçün əlverişli olması
- ✓ Təbliğat / təşviqat (Promotion) – malların düzülməsi və təqdim olunması, müştərilərin gəlir səviyyəsi və ənənələri, məhsulların üzərindəki yazıların müxtəlif dillərdə olması və s.
- ✓ Hüquqi tənzimləmə və tələblər – qablaşdırmanın təkrar emal oluna bilən materiallardan hazırlanması, markalanmada müştərilər üçün məlumatlara aid olan tələblər və s.

Beynəlxalq məhsul sırasının idarə olunması

- ✓ Dünya bazarlarına çıxarmaq üçün məhsulun seçilməsi beynəlxalq məhsul siyasətinin yalnız birinci addımıdır
- ✓ İkinci addım – hansı məhsul ailəsinin bazara çıxarılacağına müəyyənləşdirilməsidir
- ✓ Beynəlxalq məhsul sırası əksər hallarda maliyyə və bazar məhdudiyyətləri səbəbindən yerli məhsul sırasından daha kiçik olur
- ✓ Beynəlxalq bazarlara məhdud məhsul sırası ilə girmək istəyən şirkət, əvvəlcə bazarı yoxlamalıdır

Məhsulun həyat dövrü

Məlumdur ki, hər bir məhsulun müəyyən bir həyat dövrü var. Məhsullar da insanlar kimi yaranır, inkişaf edir və nəhayət tənəzzülə uğrayaraq bazardan çıxır. Məhsulun həyat dövrünün əsas mərhələləri aşağıdakılardır:



Məhsulun həyat dövrünün hər bir mərhələsində tətbiq olunan marketing yanaşması və strategiyası da müxtəlifdir. Məsələn aşağıdakı qrafikdə məhsulun həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində satış həcmi artır, məhsulun bazar imkanlarının, məhsula müştərilər tərəfindən göstərilən sədaqətin və yeni rəqibin meydana gəlməsi ehtimalının necə dəyişdiyini müşahidə etmək olar:

Buraxılış	İnkişaf	Yetkinlik	Tənəzzül
Satış həcmnin artım sürəti			
Naməlum	Yüksək	Çox az	Mənfi
Məhsulun bazar imkanları			
Qeyri-müəyyən	Daha aydın	Hesablanır	Naməlum
Müştəri tərəfindən göstərilən sədaqət			
Yoxdur	Artır	Azalır	Artır /Azalır
Yeni rəqibin meydana gəlmə ehtimalı			
Çox yüksək	Yüksək	Az	Cüzi

Yeni məhsul konsepsiyasının formalaşdırılması

Statistikaya görə bazara yeni yeridilmiş məhsulların çoxu uğursuzluğa düşər olur. Bunun da əsas səbəbləri aşağıdakılardır:

- ✓ Bazarın dərinədən öyrənilməməyi
- ✓ Məhsulun keyfiyyətinin aşağı olması
- ✓ Yeni məhsulla bağlı xərclərin həddindən artıq olması
- ✓ Rəqiblərin fəaliyyəti
- ✓ Məhsulun bazara yeridilməsi zamanı lazımi dəstəyin olmaması (reklam kompaniyasının zəif olması və s.)
- ✓ Digər səbəblər

Yeni məhsul konsepsiyasının formalaşdırılması üçün istifadə edilən əsas komponentlər aşağıdakılardır:

- ✓ Yeni məhsulun adı
- ✓ Məhsul qrupu
- ✓ Müştəri segmenti və ya alt-seqmenti
- ✓ Məhsulun əsas parametrləri
- ✓ Müştərilər üçün üstünlüklər
- ✓ Yeni məhsulla bağlı xərclərin / gəlirlərin təhlili

Adətən yeni məhsulun bir neçə ümumi konsepsiyasının işlənilməsi tövsiyə olunur. Məsələn *Daimler-Chrysler* şirkətinin hibrid avtomobilinin konsepsiyaları belə müəyyən olunmuşdur:

- ✓ Azlitrajlı elektromobil
- ✓ Ailənin ikinci maşını
- ✓ Gənclər üçün orta qiymətli idman maşını
- ✓ Ekoloji təmiz maşın.

Yeni məhsulların hazırlanması prosesi aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

- ✓ Yeni məhsul təşəbbüsünün təsdiq edilməsi
- ✓ Yeni məhsul üzrə layihə qrupunun təyin edilməsi

- ✓ Yeni məhsul konsepsiyalarının müəyyənəşdirilməsi
- ✓ Bazar tədqiqatı
- ✓ Ən yaxşı məhsul konsepsiyasının seçilməsi
- ✓ Yeni məhsulun təfərrüatlı layihələndirilməsi
- ✓ Yeni məhsulun sınaqdan keçirilməsi
- ✓ Yeni məhsulun lazımı qaydada dəyişdirilməsi
- ✓ Yeni məhsulun tətbiq edilməsi

QIYMƏT

Məhsullarının qiymətlərinin düzgün müəyyənəşdirilməsi vacibdir. Xarici ölkələrə satılan məhsulların qiymətlərinin müəyyənəşdirilməsi “İxrac məhsullarının qiymətlərinin müəyyənəşdirilməsi” bölməsində təfərrüatı ilə göstərilmişdir. Bu bölmədə qısaca məhsulların qiymətinə təsir göstərən əsas amillərə nəzər salmaq istəyərdik. Bu amilləri daxili və xarici amillər olmaqla iki yerə bölmək lazımdır:

Daxili amillər

- ✓ Şirkətin maliyyə məqsədləri
- ✓ Marketing strategiyası
- ✓ Xərclər
- ✓ Risklər və s.

Xarici amillər

- ✓ Səhmdarlar
- ✓ Müştərilər
- ✓ Rəqiblər
- ✓ Vasitəçilər
- ✓ Normativlər

Qiymətin marketing aləti kimi funksiyaları aşağıdakılardır:

- ✓ Rəqabət funksiyası
- ✓ Reklam funksiyası
- ✓ Danışiq funksiyası
- ✓ Müştərilərlə münasibətlərə aid olan funksiya

Qiymət siyasətinin müəyyənəşdirilməsində nəzərə alınmalı məsələlərdən biri də **qiymət çevikliyi**dir. Qiymət dəyişikliklərinə müştərilərin reaksiyası həssasdırsa, deməli *Qiymət Çevikliyi* aşağıdır. Məsələn, əgər qiymətin 10% artırıldığı halda əgər satış həcmi 15% və ya daha artıq azalrsa, demək qiymət çevikliyi aşağıdır.

YER (MƏHSULLARIN ÇATDIRILMASI)

Məhsulların müştərilərə çatdırılması zamanı əsas dörd məqamı nəzərə almaq lazımdır:

- ✓ **Vaxt** - Çatdırma, müştərilərə məhsullardan onlar üçün rahat olan vaxtlarda istifadə etmək imkanı verməlidir
- ✓ **Yer** - Şirkətin məhsulları müştərilərə onlar üçün rahat yerlərdə təklif olunmalıdır
- ✓ **Mülkiyyət** - Satış kanalları müştərini məhsuldan istifadə etmək imkanları ilə təmin etməlidir
- ✓ **Əlaqə vasitələri** - Satış kanalları müştəri ilə səmərəli şəkildə əlaqə saxlamaq imkanı yaratmalıdır. Bu xüsusilə xidmət sektoru üçün daha vacibdir.

TƏBLİĞAT / TƏŞVİQAT

Marketinqdə təbliğat / təşviqat fəaliyyətinin tərkibinə aşağıdakılar daxildir:

- ✓ Reklam
- ✓ İctimai Əlaqələr
- ✓ Fərdi satışlar
- ✓ Satışın həvəsləndirilməsi
- ✓ Birbaşa marketinq

Reklamın vəzifələri aşağıdakılardır:

- ✓ məlumatlandırmaq (*məhsulun xüsusiyyətləri, üstünlükləri, istifadəsi barədə məlumat*)
- ✓ müştəriləri alışa sövq etmək (*"bu məhsul ən yaxşıdır, sizə lazım olanıdır"*)
- ✓ fərqləndirmək (*"bu məhsul rəqib məhsullardan fərqlidir, bizim yanaşmamızla isə eynidir"*)
- ✓ gücləndirmək (*məhsulu canlandırmaq, münasibətləri saxlamaq*)

Reklamın əsas məqsədləri aşağıdakılardır:

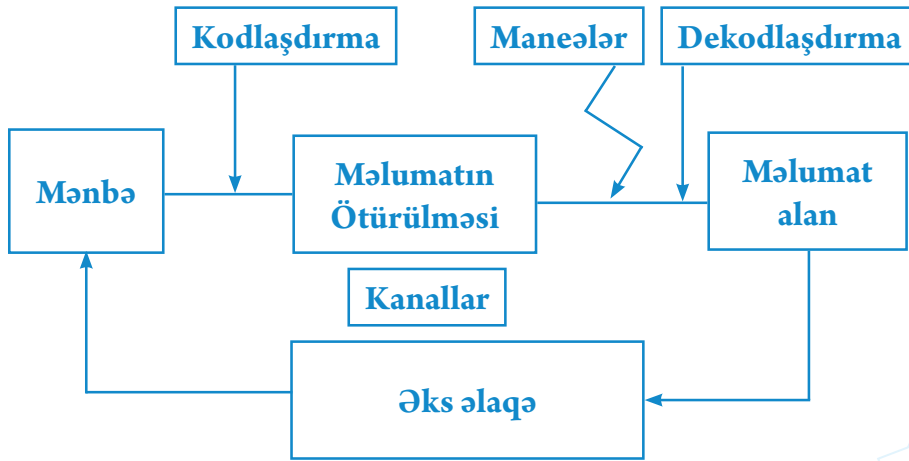
- ✓ rəqib məhsulların istifadəçilərini şirkətin məhsullarına cəlb etmək
- ✓ yeni müştəriləri reklam edilən məhsulu sınağa sövq etmək
- ✓ müştərilər arasında şirkətin məhsullarının istifadə səviyyəsini artırmaq
- ✓ məhsullardan razılıq səviyyəsini qoruyub saxlamaq

Reklam – konkret kütləvi informasiya vasitəsində müəyyən vaxt və yerdə, hədəf auditoriyasına ünvanlanmış təbliğat növüdür. Reklam məhsulların, xidmətlərin və ya fikirlərin irəliyə çəkilməsi məqsədilə onların qeyri-şəxsi təqdimatının istənilən ödənişli formasıdır. Reklam şirkətin məhsullarına, habelə şirkətin imicinə yönəldilə bilər. Peşəkar reklam işləri ixtisaslaşmış reklam agentlikləri tərəfindən həyata keçirilir

Reklamın əsas komponentləri:

- ✓ *reklamın obyekt*
- ✓ *kütləvi informasiya vasitəsi*
- ✓ *reklamın forması*
- ✓ *reklam ismarıcının tərkibi*

Reklam müştərilərə yönəlmiş bir ismarıcdır. Bu ismarıç müştərilərə kodlaşdırılmış formada və müvafiq reklam vasitələrindən istifadə etməklə ötürülür. Reklamın insanlar tərəfindən düzgün başa düşülməsi və burada maneələrin olmaması üçün, ismarıcın ssenarisi, mətni və digər amillər məlumatı alacaq hədəf qruplarının səviyyəsinə, şəraitinə və imkanlarına uyğun surətdə hazırlanmalıdır.



Reklamda məhsulun təsvirinə dair əsas tələblər aşağıdakılardır:

- ✓ Qısa (qısa cümlələr, təsvirin həcmi həddindən artıq böyük olmamalıdır və s.)
- ✓ Asanlıqla başa düşülən (hədəf auditoriyaya yönəldilən)
- ✓ Cəlbedici (ölçü, rənglər, musiqi, şəkillər, tanınmış insanlar)

Müvəffəqiyyətli reklamın hazırlanması üçün tövsiyələr:

- ✓ Əhalinin başa düşdüyü dildən istifadə edin
- ✓ Reklamın effektiv olmasına çalışın
- ✓ İstehlakçıların arzularını nəzərə alın
- ✓ Yaradıcılıqla fərqlənməyə çalışın
- ✓ Unutmayın, yaradıcılıq - çalışmaq deməkdir
- ✓ Maliyyə tərəfini nəzərə alın
- ✓ Həmişə ardıcıl olmağa çalışın
- ✓ Reklam haqqında əvvəlcə öz işçilərinizə xəbər verin

Reklamın məqsədlərə görə növləri:

Məlumatlandırma reklamı – bazara yeni məhsul haqqında məlumat vermək, məhsulun yeni istifadə yollarını göstərmək, qiymət dəyişikliyi haqqında məlumat vermək, mövcud xidmətlərin təsvir edilməsi, yanlış təəssüratların korrektə edilməsi, Təşkilatın imicinin formalaşdırılması və s.

İnandırma reklamı – brendin üstünlüyünü göstərmək, müştəri qavrayışlarını dəyişdirmək, müştərini alışa sövq etmək və s.

Xatırlatma reklamı – yeni kompaniyaların müddətini xatırlatmaq, müştərilərə məhsullarımızı haradan əldə edə biləcəklərini xatırlatmaq və s.

Reklamla bağlı əsas qərarları aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

- ✓ Reklamın məqsədlərinin müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Reklam büdcəsinin müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Reklam ismarıcının müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Reklam vasitələrinin müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Reklam kompaniyasının qiymətləndirilməsi

Reklamın uğurlu olması üçün əsas amillər bunlardır:

- ✓ Hədəf müştərilər haqqında yetərli məlumat (ehtiyacları, düşüncələri)
- ✓ Adekvat reklam kanallarının və formalarının seçilməsi
- ✓ Hədəf müştərilərinə yönəldilmiş adekvat reklamın seçilməsi
- ✓ Reklamın adekvat vaxtı və tezliyi
- ✓ Reklam üçün adekvat büdcə

Reklamın məqsədlərini müəyyən etdikdən sonra hər bir məhsul üçün reklam büdcəsi müəyyənləşdirilməlidir. Reklam büdcəsinin müəyyənləşdirilməsi üçün istifadə olunan əsas metodlar aşağıdakılardır:

İmkanlar metodu – təşkilatı qane edən təşviqat büdcəsinin səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi. Bu metod daha çox reklama daha çox vəsait sərf etmək imkanı olmayan təşkilatlar üçün əlverişlidir. Əsasən kiçik və orta müəssisələr tərəfindən istifadə olunur.

Satışdan faiz metodu – cari və ya proqnozlaşdırılmış satış həcmi və ya qiyməti üzərindən müəyyən faizin ayrılması. Bu metod həmişə effektiv olur, məsələn əgər satışlar azalrsa və məqsəd bu məhsula olan tələbatı yüksəltməkdirsə, o zaman reklama daha çox vəsait xərcləmək lazımdır. Bu metodla daha çox məhsulun maya dəyəri asanlıqla hesablanırsa istifadə etmək əlverişlidir.

Rəqabət tarazlığı metodu – burada büdcə rəqiblərin xərclərinə uyğun müəyyənləşdirilir. Bunun üçün rəqiblərin reklam fəaliyyəti monitorinq edilir və bu biznes sahəsi üçün reklama xərclənən vəsaitlərin orta bazar səviyyəsi müəyyənləşdirilir. Lakin banklar bir-birindən fərqlidir və onların hədəf qrupları və strateji məqsədləri də müxtəlif ola bilər.

Məqsəd və vəzifə metodu – bazar şəraitində ən məntiqli metod bu metoddur. Bu metod üç əsas addımları nəzərdə tutur: 1) spesifik məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi, 2) bu məqsədlərə nail olmaq üçün vəzifələri müəyyənləşdirmək, 3) bu vəzifələrin icra edilməsi üçün xərcləri dəyərləndirmək və büdcəni hazırlamaq

Reklamın üstünlükləri:

- ✓ Əhatə dairəsi genişdir
- ✓ Məlumatları tez bir zamanda ötürmək olur
- ✓ Müxtəlif effektlərdən istifadə etmək mümkündür (audio, vizual, rənglər və s.)
- ✓ Düzgün reklam siyasəti satışları tez bir zamanda artırmaq imkanı yaradır

Reklamın çatışmazlıqları:

- ✓ Adətən baha başa gəlir
- ✓ Fərdi deyil
- ✓ Əlaqə birtərəflidir

İctimai Əlaqələr (PR) – şirkət və əhali arasında müsbət münasibəti qurmaq və qorumaq üçün planlı və davamlı bir fəaliyyətdir. Şirkət ictimai rəyə sponsorluq, xeyriyyə işləri və KİV-lərdə təmsil olunma ilə təsir göstərə bilər.

İctimai əlaqələrin xüsusiyyətləri:

- ✓ Müstəqil
- ✓ Obyektiv
- ✓ Nəzarət altında deyil
- ✓ Şirkət tərəfindən təqdim olunan məlumatlara və yardıma əsaslanır

Satışların təşviqi - məhsul və ya xidmətin satışını və ya alışı həvəsləndirən qısa müddətli tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Satışların təşviqi üzrə tədbirlər müştərilərin diqqətini cəlb edir, alış üçün güclü stimula yaradır. Satışların təşviqi qısa müddətdə satışları artırmağa bilər, lakin uzunmüddətli yanaşmada hər zaman reklam və ya fərdi satış kimi effektiv olur. Satışın təşviqinin məqsədləri də fərqli ola bilər.

Məhsullarının təşviq edilməsi bəzi üsulları aşağıdakılardır:

- ✓ Pulsuz nümunələr
- ✓ Endirim kuponları
- ✓ Müştəri xərclərinin ödənilməsi
- ✓ Qiymət endirimləri
- ✓ Mükafatlar
- ✓ Sadıqlıq mükafatları
- ✓ Yarışlar, lotereyalar
- ✓ Nişanlar və s.

Fərdi satışlar – şirkət nümayəndəsinin birbaşa olaraq məhsulların müştəriyə məsləhət görməsi və satmasıdır. Burada şirkət nümayəndəsi potensial alıcılarla ünsiyyət yaradaraq onları məhsulu almağa və ya müqavilə bağlamağa inandırır.

Birbaşa marketing – dərhal cavab almaq məqsədi ilə diqqətlə seçilmiş hədəf iştirakçılarla birbaşa ünsiyyət deməkdir. Birbaşa marketingin effektiv olması üçün Müştəri Məlumat Bazasının yaradılmasından başlamaq lazımdır. Bu bazada həm mövcud, həm də potensial müştərilər haqqında məlumatlar əks olunmalıdır.

Birbaşa marketingin əsas kanalları:

- ✓ Ənənəvi poçt sistemi
- ✓ Elektron poçtu
- ✓ Mobil telefonlar vasitəsilə SMS sistemi

Formalar:

- ✓ Konkret məhsul haqqında olan və müştərini həmin məhsulu almağa dəvət edən şəxsi məktub
- ✓ Bukletlər və broşuralar: şəxsi məktuba əlavə edilə bilər və ya ayrıca göndərilə bilər
- ✓ Qısa təbliğat xarakterli ismarıq

BAZAR ARAŞDIRMASINA DAİR TƏLİMAT

Bazar araşdırması nədir?

Bazar araşdırması biznesi əsas məlumat və bazar zəkası ilə təmin edən prosesdir. Buna potensial daxili və eləcə də xarici bazarları müəyyənləşdirmək üçün bazar məlumatlarının sistematik toplanması və təhlili aiddir. Bazar araşdırması ixrac marketinqi prosesinin tərkib hissəsidir.

Araşdırma şirkətlərə potensial bazarların seçilməsində köməklik göstərir. Həmçinin araşdırma potensial müştərilər, rəqiblər, paylanma strukturu, bazar tendensiyaları, bazar tələbləri, texniki tələblər və bazara giriş şərtləri ilə bağlı vacib məlumatlar təmin edir. Araşdırma bazardakı potensial imkanları və maneələri müəyyən etməyə imkan verir (Əlavə 1-3).

Bazar araşdırması fəaliyyətinin məqsədi aşağıdakı sualları cavablandırmaqdır:

- ✓ Müştərilər kimdir?
- ✓ Onlar harada yerləşib?
- ✓ Bazarın əsas oyunçuları kimdir?
- ✓ Bazar necə segmentləşib?
- ✓ Tələb nümunələri hansılardır?
- ✓ Bazar davranış nümunələri hansılardır?
- ✓ Hansı məhsullara, hansı miqdarda və hansı keyfiyyətdə tələb var?
- ✓ Bazarın ölçüsü nədir?
- ✓ Bazarın qiymətləri nədir?
- ✓ Bazarın tendensiyaları nədir?
- ✓ Paylanma zənciri nədir?

Şirkətlər bazar araşdırmasını nə üçün nəzərə almalıdır?

Bəzi potensial ixracatçılar ilk olaraq bunu nə üçün istədiklərini və niyə məhz spesifik bazarı hədəflədiklərini dərinlən düşünmədən ixrac fəaliyyətinə başlayır.

Halbuki, şirkət özünün ixrac marketinqi məqsədləri barədə qərara gəldikdən sonra potensial bazarları müəyyənləşdirməlidir. Burada bazar araşdırması işə düşür. Bazar araşdırması ixrac marketinqi strategiyasının hazırlanması üçün ilkin şərtidir.

Bazar araşdırması nə ilə məşğul olur?

Bazar araşdırması şirkətin tələblərinə uyğun bazar məlumatlarının toplanması prosesidir. İlk addım şirkətin araşdırmanın aparılmasında məqsədlərini və nəticədən gözləntilərini müəyyənləşdirməkdir (Əlavə 1-4).

Bazar araşdırmasının əsas sahələri aşağıdakılardır:

Hədəf bazarlarının tədqiqatı

- ✓ Müştərilərin ümidləri, ehtiyacları və tələbləri
- ✓ Rəqib şirkətlərin məhsullarının və satış kanallarının müştərilər tərəfindən qiymətləndirilməsi

Müştəri məmnunluğunun tədqiqatı

- ✓ Məhsul və xidmətlərin keyfiyyəti haqqında müştərilərin rəyləri və qiymətləri

- ✓ Şikayətlərin həll edilməsi prosesi haqqında müştərilərin rəyləri
- ✓ Rəqiblərin məhsulları və xidmətlərinin keyfiyyəti haqqında müştərilərin rəyləri
- ✓ Satış prosesinin təşkili barəsində müştərilərin rəyləri və qiymətləri

Reklam tədqiqatı

- ✓ Müştərilərin hansı mənbələrdən məlumatları daha sürətlə və keyfiyyətli aldığını tədqiq etmək
- ✓ Reklam vasitələrinin effektivliyinin tədqiqatı və s.

Şirkətin və brendin imicinin tədqiqatı

- ✓ Şirkətin adının tanınması
- ✓ Şirkətin brendinə müştərilərin münasibəti
- ✓ Şirkətin imicinin tədqiqatı

Marketing tədqiqatı prosesi əsasən aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

- ✓ Problemin və tədqiqat vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Tədqiqatın formasının müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Məlumatların seçilməsi üçün ətraflı planın tərtib edilməsi
- ✓ Ölçü vasitələrinin hazırlanması
- ✓ Məlumatların toplanması
- ✓ Məlumatların işlənilməsi
- ✓ Məlumatların təhlili
- ✓ Nəticələrin təqdim edilməsi
- ✓ Qərarın qəbul edilməsi (tədbirlər planı)

Marketing məlumatlarının 2 əsas növü vardır:

- ✓ **Təkrar məlumatlar** (artıq mövcud olan, başqa bir məqsəd üçün hazırlanmış)
- ✓ **İlkin məlumatlar** (əvvəllər mövcud olmayan, konkret məqsədlər üçün nəzərdə tutulmuş)

Təkrar məlumat mənbələri

Daxili mənbələr

- ✓ Ümumi hesabat
- ✓ Satışlar üzrə hesabatlar
- ✓ Marketing planları
- ✓ Planlar və hesabatlar

Xarici mənbələr

- ✓ Statistik nəşrlər
- ✓ Digər təşkilatların araşdırmaları
- ✓ İnternet
- ✓ Dövri nəşrlər və s.

İlkin məlumatların əldə olunması üçün aparılan araşdırmaları 2 növə bölmək olar:

- ✓ **Keyfiyyət araşdırması** (nə üçün? sualına cavab vermək üçün aparılan araşdırmalar)
- ✓ **Kəmiyyət araşdırması** (nə qədər? və ya neçə nəfər? sualına cavab vermək üçün aparılan araşdırmalar)

Keyfiyyət araşdırmasının əsas metodları:

- ✓ Qrup müzakirələri (fokus qruplar)
- ✓ Fərdi müsahibə
- ✓ Müşahidə

Kəmiyyət araşdırmasının əsas metodları:

- ✓ Sorğu
- ✓ Sınaq / Eksperiment
- ✓ Yerində araşdırma

Masa araşdırması

Masa araşdırması bütün müvafiq nəşr mənbələrindən olan məlumatların axtarışından ibarətdir. Hətta, araşdırmanın hədəfi sahə araşdırmasıdırsa belə, əsas masa araşdırmasından başlamaq məqsəduyğundur. Masa araşdırması üçün məntiqi başlanğıc nöqtəsi biznes/ixrac kitabxanasıdır. Masa tədqiqatı zamanı tədqiq olunacaq əsas nəşr mənbələrinə aşağıdakılar daxildir:

İnternet – bəzi məlumatları internetdən pulsuz əldə etmək mümkündür, lakin əsas güncəl bazar məlumatları jurnallara, bazar məlumatı təminatçılarna və məlumat bazalarına onlayn abunə olmaqla əldə etmək olar

- Rəsmi nəşr edilmiş statistik mənbələr
- Nəşr edilmiş bazar hesabatları
- Kataloqlar (sorğu kitabçaları)
- Konfrans və seminar bülletenləri
- Ticarət sərgilərinin kataloqları
- Ticarət Assosiasiyaları
- Hökumət orqanları
- Tədqiqat, təhsil və digər institutlar
- Professional orqanlar
- Ticarətin Təşviqi Təşkilatları
- Səfirliklərin kommersiya bölmələri
- Gömrük orqanları
- Şirkətlər – illik hesabatlar və təşviqat materialları
- Qəzetlər
- Ticarət jurnalları
- Standartlar institutları

Bəzi ticarət məlumatlarını pulsuz əldə etmək mümkündür, lakin unutmamaq olmasın ki, məlumat toplamağın vaxt baxımından dəyəri var. Hazırda müfəssəl bazar araşdırmalarının əksəriyyəti ödənişlidir. Bu baxımdan ödənişli əsaslarla təklif olunan müfəssəl bazar araşdırmalarından istifadə etmək daha məqsəduyğundur (Əlavə 1-2). Masa tədqiqatı bitdikdən sonra məlumatlar tutuşdurulmalı, təhlil edilməli, nəticələr/tövsiyələr hazırlanmalıdır. Təhlil bazarda mövcud olan imkanları və o imkanları əldə etmək istəyən yeni rəqiblərin qarşılaşacaqları çətinlikləri əks etdirməlidir.

Sahə araşdırması

Növbəti mərhələ sahə tədqiqatıdır. Sahə tədqiqatı orijinaldır və hədəf bazarı daxilində həyata keçirilir. Sahə araşdırmasında, masa araşdırmasında toplanılan məlumatlar təsdiq və ya onlara əlavələr edilir. Bu tədqiqat şərtlərə uyğun ixrac olunacaq məhsullar, gözləntilər və hədəf bazasının tələbləri haqqında

spesifik suallara cavab verməlidir. Bu suallar nadir hallarda masa tədqiqatında cavablandırılır. Məsələn, mütəşəkkil əmtəə bazarları istisna olmaqla qiymət məlumatlarını masa araşdırmasından əldə etmək çox çətindir. Potensial ixracatçıların aşağıdakı sualları cavablandırmaq üçün sahə araşdırmasına ehtiyacları var:

- Məhsul/xidmət üzrə müştəri tələbləri/gözləntiləri nədir?
- Məhsul yerli hüquqi tələblərə uyğundurmu?
- Məhsul yerli şərtlərə uyğundurmu və qiymət rəqabətqabiliyyətlidirmi?
- Müştərilər məhsula nə qədər ödəmək arzulayırlar?
- Dizayn, ölçü, rəng, qablaşdırma, markalanma ilə bağlı yerli tələblər hansılardır?
- Məhsul texniki, təhlükəsizlik və ya keyfiyyət standartlarına cavab verməlidirmi?
- Hansı miqdar tələb olunur?
- Məhsulu paylamağın ən yaxşı yolu hansıdır?
- Sektorda ən yaxşı agentlər və distribütorlər kimlərdir?
- Müştəri xidməti və satış sonrası xidmət nə dərəcədə əhəmiyyətlidir?

İXRAC ÜZRƏ MARKETİNG PLANI

İxrac üzrə marketing planı nə üçün hazırlanmalıdır?

Yazılı marketing planı bütün marketing fəaliyyətini birləşdirir, sizi planlarınızı kağız üzərində əks etdirməyə sövq edir və bununla da tərəqqinizi izləmək imkanı verir. O, spesifik vəzifələr və hədəflər qoyur və onlara nail olmaq üçün gərəkli ən effektiv fəaliyyətləri müəyyənləşdirir.

Başlangıç

İlk dəfə marketing plan hazırlamaq özündə bir çox ətraflı işləri ehtiva edir. Buna görə də unutmaq olmaz ki, marketing planı əsasən üç suala cavab tapır:

- Şirkətin hal-hazırda hansı mövqedədir?
- O, hansı mövqedə olmaq istəyir?
- O, həmin mövqeyə necə çatacaq?

Sizin marketing planınız özündə aşağıdakıları əks etdirməlidir:

Qiymət (qiymət qoymaq)

Siz özünüzün qiymət strukturunuzu müəyyənləşdirməli və onun nə qədər tutarlı və rəqabətədavamlı olduğunu təhlil etmək üçün rəqiblərinizin qiymətləri ilə müqayisə etməlisiniz.

Məhsullar

Siz məhsulunuzun xüsusiyyətlərini (məsələn, qablaşdırma, estetikə, və s.) və onları nə dərəcədə təkmilləşdirməyə ehtiyac olduğunu müəyyənləşdirin.

Paylanma kanalları

Hansı paylanma kanallarından istifadə edəcəyinizi və hədəf bazarınızda hansı ticarət şərtlərinin məqbul olduğunu müəyyənləşdirin.

Təşviqat

Təşəbbüs göstərəcəyiniz müxtəlif təşviqat fəaliyyətlərini (məsələn, reklam, ticarət sərgiləri, sərgilər, təşviqat, sponsorluq və ictimaiyyətlə əlaqələr) dəqiqləşdirin.

Məsuliyyət

Müxtəlif vəzifələri və hər biri üçün zamanı qərarlaşdırın.

Proqnozlar

Hər bir bazar seqmenti üçün hər bir məhsul üzrə proqnozları hazırlayın və müvafiq marketing xərclərini ayırın.

PROQNOZ NÜMUNƏSİ

Satışlar		XX	
(Satış xərcləri)	XX	XX	

Marketing/Satış xərcləri			
- Əmək haqqı/Komissiya/Bonus		X	
- Xərclər/Həyat üçün vasitələr		X	
- Nəqliyyat/Səyahət		X	
- Marketing məsləhətçilərinin haqları/Xərclər		X	
- Bazar məlumatı və araşdırma		X	
- Satış ədəbiyyatı/İnternet səhifə		X	
- İctimaiyyətlə Əlaqələr, reklam		X	
- Ticarət sərgiləri və sərgilər		X	
- Satış təqdimatları		X	
- Qablaşdırma dizaynı		X	
- Test Marketingi/Nümunə/Nümayiş	X	X	
		-----	-----
Cəmi:			X
			=====

İxrac marketing planının yerli bazar planından bir sıra fərqləri var:

1. Planın əsaslandığı məlumat natamam, qeyri-dəqiq və köhnə ola bilər belə ki, onlar tez-tez köhnəlir.
2. Rəqiblərin təhlili xeyli çətin, çünki siz öz biliklərinizə deyil, üçüncü tərəfə əsaslanırsınız. Siz heç də hər zaman kimin sizin tərəfinizdə olduğundan əmin ola bilmirsiniz, bu baxımdan iqiqat araşdırma tələb olunur.
3. Planlaşdırmaya giriş üçün istənilən səddlər məsələn, gömrük rüsumları, kvotalar, sertifikat və ya standartlar daxil edilməlidir.
4. Paylaşdırma üçün seçimlər çox ciddi tədqiq edilməlidir. Ola bilsin ki, ixracatçı müştərilərlə birbaşa əlaqə qurmağı, problemlərin həllini, hətta ödənişi agent və ya distributorların öhdəsinə buraxacaq. Biznesinizi kimə həvalə edəcəksiniz və razılaşdırılmış maliyyə şərtlərin sizin məhsullarınızın satışına necə təsir göstərəcək kimi suallara cavab tapmaq tələb olunur.
5. Əgər sizin məhsulunuz quraşdırılma, xidmət, ehtiyat hissələri tələb edirsə, plana bu xidmətlərlə bağlı xərclər də daxil edilməlidir.

Şirkətin ixrac strategiyasının icrası

Əgər öncəki addımlar uğurla tamamlanarsa, şirkət arzu olunan nəticələri əldə etmək üçün yaxşı şans əldə edəcək. Ən pis halda o, yüksək dəyər müqabilində uğursuzluqdan qorunacaq.

Buna baxmayaraq, uğur qazanmaq üçün plan zəruri standartda yerinə yetirilməlidir. Belə ki, bir çox mükəmməl ixrac strategiyaları bu mərhələdə hazırlıq səviyyəsindəki çatışmazlıq və ya icra zəifliyi səbəbindən uğursuzluğa düçar olmuşdur.

Planları alt-üst edən nümunələrdən biri şirkətlərin yaxşı təşviqat materiallarının mahiyyətini anlama bilməməsidir. Broşurlar, internet səhifə kimi təşviqat materialları sadəcə məhsulunuz haqqında izahat vermir, eyni zamanda şirkətinizin imicini yüksəldir. Təşviqat zamanı yerli dildə tərcümədə yol verilən səhvlər şirkətin imicinə zərər vura bilər. Bu problemdən yayınmaq üçün yerli mütəxəssislərin köməyindən istifadə etmək lazımdır. Bu xidmətdən istifadə az məsrəf tələb edir, etməmək isə potensial baxımdan daha çox xərclərin yaranmasına səbəb ola bilər.

Digər önəmli məqam işçi heyətinizin ixrac səyləri barədə məlumatlı olması və hər kəsin öz rolunu bilməsi ilə əlaqədardır. Bəzən öncədən xəbər verilmədən nümunələr tələb olunacaq və ya nəqliyyat - çatdırılma müddətinə müvafiq olaraq qısa zaman ərzində istehsal lazım gələcək. Bəzən müştərilər dizayn və qablaşdırmada dəyişikliklə bağlı müraciət edəcəklər və sizin məsul şəxsləriniz bu tələbləri ödəmək üçün müvafiq iş təcrübəsinə malik olmalıdır.

İstənilən beynəlxalq biznes səyahətlə bağlı olur – ya siz müştərinizi ziyarət etməli olursuz, ya da müştəri sizi, bəzən də hər iki hal tələb olunur. Baxmayaraq ki, ticarət sərgiləri nümayiş üçün faydalıdır və internetin faydalı satış vasitəsi kimi rolu günü-gündən artmaqdadır heç bir şey müştəri ilə şəxsi görüşü əvəz edə bilməz.

Bazarlara səyahət

Xarici bazarlara səyahət edən zaman şirkətinizin nümayəndəsi tam təchizatlı və hazırlıqlı olmalıdır. Mümkün olduğu hallarda görüşlər əvvəlcədən e-mail və ya telefon vasitəsilə planlaşdırılmalıdır. Düzgün əlaqənin müəyyənləşdirildiyini yoxlayın. Alıcının hazırlıqlı olması üçün materiallar əvvəlcədən göndərilməlidir. Görüşün gündəliyi aydın olmalıdır ki, alıcı şirkəti onun əlaqədar nümayəndəsi təmsil etsin, məsələn rəyi alışı qərarına təsir edə biləcək texniki personal.

Əgər sizin nümayəndəniz yerli dildə danışa bilmirsə tərcüməçiyə ehtiyac olacaq, bunu müştərinin etməsini gözləməyin. Nümayəndə məhsula, qiymət və çatdırılma ilə bağlı məlumatlara sahib olmalıdır ki, alıcının sualları yerində cavablandırılınsın. Əgər məhsulun texniki aspektləri varsa, nümayəndə onları cavablandırmaq iqtidarında olmalıdır.

Alıcıların ixracatçıya ziyarəti

Əgər alıcı ixracatçını ziyarət etməyi planlaşdırırsa bu qızıl imkan və eyni zamanda çox təhlükəli tədbirdir. Alıcı açıq-aşkar biznes qurmağı arzulayır, lakin ziyarətin səbəbi ixracatçının onun həqiqətən də güvənə biləcəyi təchizatçı olub-olmadığına əmin olmaqdır.

İmkanlar aşkardır-alıcını tam əldə etmək, şəxsi əlaqələr qurmaq, məlumat toplamaq (rəqiblər və gələcək imkanlar haqqında) və şirkətin imkanlarını nümayiş etdirmək üçün şans.

Unutmayın ki, alıcı əməliyyatın bütün aspektlər ilə tanış ola, şəxsi görüşlərini sadəcə rəhbər heyət və şirkətin peşəkar satıcıları ilə məhdudlaşdırmaya bilər. Hər kəs alıcıda müsbət təəssürat yaratmağa

çalışmalıdır. Ofislər və fabrik mümkün qədər xoşgörkəmli olmalı və məşğul, çalışqan heyət təəssüratı yaratmalıdır. Şirkət öz infrastrukturalarını diqqətlə gözdən keçirməlidir – daha yaxşı olar ki, üçüncü tərəfin ədalətli rəyini öyrənəsiniz.

TİCARƏT SƏRGİLƏRİNDƏN FAYDALANMAQ

Ticarət sərgisində nə üçün iştirak etməli?

Düzgün seçim etdiyiniz halda ticarət sərgiləri ixrac bazarlarına uzanmağın mükəmməl yoludur. Burada düzgün planlaşdırma, potensial gəlirlərə çəkilən xərclər, habelə səy və zaman faktoru nəzərə alınmalıdır.

Ticarət sərgilərinin üstünlükləri:

- Məhsulları nümayiş etdirmək imkanı
- Bazar haqqında ümumi təsvir almaq imkanı
- Rəqibləri öyrənmək imkanı
- Yeni məhsullar, dizayn və s. haqqında ideyalar əldə etmək
- Köhnə və mümkün yeni müştərilər ilə birbaşa əlaqə
- Əlverişli danışıq mühiti
- Bazarda bazar liderləri ilə yanaşı “iştirakçı” kimi görünmək

Bu üstünlüklərdən bəziləri və ya hamısı tətbiq olunduqda şirkətin iştirakı özünü doğrulda bilər – bir şərtlə ki:

- Tədbir onların ümumi marketinq planına uyğun olsun
- Onlar düzgün ticarət sərgisi seçsinslər
- Özlərini peşəkar şəkildə təmsil etmək üçün resursları olsun

Ticarət sərgiləri görmək və görünmək imkanı verir. Əgər iştirakda əsas məqsəd bazarı öyrənməkdirsə, iştirakçı kimi xərclər çəkməyə ehtiyac yoxdur, ziyarətçi kimi iştirak edin. Hətta iştirakçı olmadan hədəf alıcılarla görüşlər keçirmək mümkündür.

Əgər şirkət sərgidən öz imicini yüksəltmək üçün istifadə etməyi planlaşdırırsa o, böyük xərclərlə bərişməlidir.

Şirkət özündən soruşmalıdır:

- Sərgi mənim hədəf bazarımı əhatə edirmi?
- Mənim rəqiblərim və hədəf alıcılarım orada olacaqmı?
- Araşdırma mənim məhsullarıma sərğiyə uyğun olduğunu təsdiqləyibmi?
- Mən qiymət, çatdırılma və s. sualları cavablandırma bilərəmmi?
- Mən xərcləri dəqiqliklə tədqiq etmişəmmi?
- Mən həmin xərcləri ödəyə bilərəmmi?
- Mənim stendim rəqabətə davamlıdırımı?

Yeni ticarət sərgilərinə hazırlıq

İlk olaraq şirkət iştirakdan nə əldə etməyi planlaşdırdığını aydınlaşdırmalıdır.

Vəzifələrə aid ola bilər:

- Satışlar, əqdlərin bağlanması
- Artıq bazarda olan məhsulun təşviqi

- Yeni məhsulların təqdim edilməsi
- Yeni məhsullara müştəri reaksiyasının öyrənilməsi
- Mövcud əlaqələrin inkişaf etdirilməsi
- Yeni əlaqələrin qurulması
- Potensial agentlər və distributorlarla tanışlıq
- Mövcud agentlər və distributorlara dəstək
- Yeni məhsul ideyaları axtarmaq
- Rəqabətə davamlılığın yoxlanılması
- Dizaynın rəqiblərininki ilə müqayisəsi
- Rəqiblərin hansı məhsulları təşviq etdiyini öyrənmək
- Şirkətin imicini artırmaq

Hazırlıqlara erkəndən başlayın

Hazırlıqlara bir il öncədən başlamaq məqsədəuyğundur; lazımi səviyyədə hazırlaşmaq üçün 3 aydan daha az müddət çox azdır. Beynəlxalq tədbirlərdə yer rezerv etmək üçün ən azı bir il əhtiyac var.

Başlanğıc üçün ötən ilin kataloqu, təşkilatçıların hesabatı və iştirak profilindən faydalanmaq olar. Əgər yer hələ rezerv edilməyibsə təşkilatçılardan boş yerlər haqqında məlumat və ötən ilin quruluş planının surətini istəyin. Yoxlamadan və alternativlərə baxmadan, tam xərclər barəsində məlumatları əldə etmədən ilk təklif edilən yerlə razılaşmayın.

Şirkət sərgidə iştirak üçün təcrübəli menecer təyin etməlidir. Əgər mümkündürsə ticarət sərgilərində iştirak etmiş şirkətlərdən məsləhət alın.

Əgər şirkətin bazarda nümayəndəsi varsa – məsələn, agent və ya distributor, onları da qərar vermə prosesinə cəlb edin, səmərəli planlaşdırma üçün onların bazar və tədbir barədə biliklərindən faydalanın.

İştirakın bir neçə növü mövcuddur:

- Təşkilatçının kiosku
- Standart stend
- Xüsusi dizayn edilmiş stend
- Ölkə stendi (məsələn, AZPROMO tərəfindən təşkil edilmiş)

Bir çox sərgilərdə xüsusi məhsul sektorları üçün nəzərdə tutulmuş geniş zallar və sahələr olur; stendin hədəf müştərilərin olacağı yerdə yerləşdiyindən əmin olun. Mümkün yerləri aşağıdakılarla əlaqəli şəkildə nəzərə alın:

- Məhsul sektoru
- Rəqiblərin yerləşməsi
- İnsan axınına nəzərə alın
- Stendin növü (açıq və ya qapalı)

Stend xidmətləri və qulluq

Aşağıdakılar üçün tələb olunan səviyyədə hazırlıq görün:

- Eksponatların sığortası
- Təhlükəsizlik
- Təmizlik

- Enerji
- Telefon, faks, kompüter, internet və s.
- Hər hansı xüsusi tələblər – məsələn, soyuducu, su və s.
- Stend qonaqpərvərliyi – əyləncə və sərinləşdirici içkilər və s.
- Tərcümə xidmətləri

İşçi heyəti

Şirkətinizdən kimin iştirak edəcəyini dəqiqləşdirin, məsələn mövcud müştərilərə tanış olan, dil bacarığına sahib satış və texniki heyət və s. Hər kəsin sərgidə iştirak məqsədlərini anladığından, şirkət, məhsul və s. barədə sualları cavablandırma biləcəyindən əmin olun.

Səmərli iştirak üçün ən azı iki nəfər iştirak etməlidir. Bu sizə həm stendlə məşğul olmaq, həm də tədqiqat məqsədi ilə sərginin digər hissələrini də ziyarət etmək imkanı verəcək.

Passport və vizaların qaydasında olduğundan, qalacaq yerlərin əvvəlcədən sifariş edildiyindən əmin olun; unutmayın ki, sərgi zamanı otellərin qiyməti baha olur və boş yer tapmaq çətin olur. Sərgi məkanına yaxın otellər daha baha olur, alternativlər axtarın. Sərgi təşkilatçıları bəzən otelləri inhisara alır.

İştirakınızın təşviqi

Sərgilərdə iştirak çərçivəsində məhsuldar görüşlərin təşkili maksimum səy tələb edir, işi şansa buraxmayın. Təşkilatçılar ümumi iştirakı təşviq edəcəklər, lakin ziyarətçilərin stendə cəlb olunması şirkətin səylərindən asılıdır.

Ticarət sərgilərini ziyarət edənlərin əksəriyyəti hansı stendləri ziyarət edəcəklərinə əvvəlcədən qərar verirlər. Müştərilər və ya potensial müştərilər şirkətin orada olduğunu bilmirlərsə onların şirkətin stendinə gəlmə şansları çox azdır.

Stendin yeri müəyyən edildikdən sonra şirkət bu barədə öz müştərilərini xəbərdar etməlidir. Sərgi təşkilatçıları adətən iştirakçılar haqqında təşviqat materialları hazırlayırlar; şirkətlər öz materialları ilə yanaşı bu materiallardan da istifadə etməlidir.

Şirkətlər sərgi kataloquna daxil edildiklərindən əmin olmalıdır; kataloq üçün məlumatların toplanmasına qoyulmuş son tarix adətən bir neçə ay öncədən bitir.

Sərgi zamanı nümayiş olunan məhsulların qiymətləri şəraitdən asılı olaraq təşkilatçı ölkənin valyutasında və ya beynəlxalq valyutada göstərməli, məlumatlar müvafiq əcnəbi dildə hazırlanmalıdır. Qiymətlər yerli valyutada və dildə hazırlanmalı və düzgünlüyü yoxlanılmalıdır.

Sərgi zamanı

Sərgiyə stendin qaydasında və tam hazır olduğunu yoxlamaq üçün vaxtında çatın. Daha yaxşı olar ki, açılışdan ən azı bir gün əvvəl sərgi məkanını ziyarət edin.

Hər kəsin öz məsuliyyətini anladığından və stendin aspektlərinə uyğun olmasından əmin olun. Ziyarətçiləri yüksək səviyyədə qarşılamaq üçün işçi heyəti planlaşdırılmış görüşlər barədə öncədən məlumatlandırılmalıdır.

Şirkəti təmsil edən heyətin öz rolunu etibarlı və qonaqpərvərliklə icra edəcəyindən əmin olun; beləki onların davranışları ziyarətçilərin sizin stendinizə cəlb olunmasına birbaşa təsir edir.

Yekun brifinq üçün yoxlama vərəqəsi (sərgidən öncəki gecə)

- Şirkətin məqsədləri
- Stend və eksponatlar haqqında təlimat
- Tapşırıqların bölüşdürülməsi
- Vəzifələrin siyahısı
- Broşur və ədəbiyyatların mövcudluğu
- Ziyarətçi kitabı/iştirak qeydiyyatı
- Stendi tərk etmə proseduru
- Ziyarətçilərin qayğısına qalmaq
- Telefondan istifadə
- Görüşlər – plan və istifadə
- Gözlənilən geyim tərzii
- Müraciət olunacaq istənilən yerli adət

Yuxarıda verilən tədbir öncəsi brifinqdən əlavə gündəlik olaraq aşağıdakıları əhatə edəcək brifinqlər keçirin:

- Öncəki gün baş vermiş hər hansı bir problem araşdırın
- Həmin gün gözlənilən ziyarətçilər və onlarla kim ilgilənməlidir
- Stend və eksponatların vəziyyətini yoxlayın
- Ədəbiyyat, formalar və s. ehtiyatlarını yoxlayın
- Əyləncə və sərinləşdirici içkilər ehtiyatını yoxlayın
- Digər vəzifələr (məsələn, başqa stendləri ziyarət)

Sərgidən sonra

İnadla təqib edin

Ticarət sərgisindən tam fayda əldə etmək üçün şirkət sərgi çərçivəsində qurulan əlaqələri təqib etməlidir. Hər bir ziyarətçinin stendinizi, təşviqat materiallarınızı və ya biznes kartınızı xatırlayacağını düşünməyin.

Stenddə qəbul olunmuş bütün sorğular əhəmiyyətlik dərəcəsinə görə sıralanmalı və ən mühümü ilə birinci əlaqə saxlanılmalıdır. Telefon və ya e-mail vasitəsi ilə təqib edin və əgər maraq təmin olunubsa müştərini ziyarət etməyi təklif edin və ya müştərini şirkəti ziyarət etməyə dəvət edin.

Qiymətləndirmə

Tədbirdən sonra şirkət qısa zamanda sərgidə iştirakın bütün aspektlərini nəzərdən keçirməli və nəticələri gözləntilərlə tutuşdurulmalıdır. Bu prosesə bütün stend personalını, yerli agentlər və distributorları cəlb edin.

Qiymətləndirmə aşağıdakıları əhatə etməlidir:

- Əldə edilən satışlar
- Yeni qurulan əlaqələr
- Əmələ gələn sorğular

- Hansı məhsullar daha artıq marağa səbəb olub?
- Stendə ziyarətçi sayı
- Hədəf ziyarətçilərin sayı
- Gündəlik ziyarətçilərin sayı
- Ziyarətçilərin şərhləri
- Digər məqsədlər (məsələn, rəqiblər haqqında əldə edilən məlumatlar, müəyyənləşdirilən potensial distributorlər və s.)
- Stendin rəqiblərin stendləri və bütün stendlərlə müqayisəsi
- Stendin dizaynı və yerləşməsinin uyğunluğu
- Stend xidmətlərinin səmərəliliyi
- Biz yenidən iştirak etməliyikmi?
- Növbəti dəfə fərqli nə edilməlidir?

Növbəti il üçün hazırlıq

Ticarət sərgilərində bircə dəfəlik iştirak nadir hallarda səmərəli olur. Bazar öhdəliyini nümayiş etdirmək və investisiyalardan səmərə əldə etmək üçün iki və ya üç ildən iştirak etmək lazımdır.

Əgər şirkət gələn il də iştirak etməyi planlaşdırırsa, hazırlıqlara əvvəlcədən başlamaq lazımdır. Nə qədər tez sifariş edilərsə yerləşmənin daha mükəmməl olma şansı bir o qədər yüksək olur. Sərgi üçün vaxtında edilən yer sifarişi sizə öz stendiniz üçün daha mükəmməl yer seçmək imkanı verir.

FAYDALI PULSUZ MƏLUMAT MƏNBƏLƏRİ

1. AB İXRAC MÜŞTƏRİ XİDMƏTİ

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_en.html

Bu sayt AB bazarlarına ixrac və idxal barədə qaydalar, qanunvericilik, malın gömrük kodu üzrə axtarışı və tələblərlə yanaşı bir sıra digər faydalı məlumatlardan ibarətdir.

Saytın aşağıdakı müxtəlif bölmələri var:

- ✓ Tələblər və vergilər
- ✓ İdxal tarifləri
- ✓ Güzəştli tədbirlər
- ✓ Ticarət statistikaları

2. Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi (ITC)

<http://www.intracen.org>

ITC müxtəlif bazarları əhatə edən məlumatlar bazasına pulsuz giriş imkanı təqdim edir (spesifik məlumatlara giriş üçün siz qeydiyyatdan keçməlisiniz):

- ✓ Ticarət xəritəsi – qlobal ticarət məlumatları
- ✓ Bazar xəritəsi – məhsullar üzrə məlumatlar
- ✓ İnvestisiya xəritəsi
- ✓ Ticarət rəqabəti xəritəsi
- ✓ Standartlar xəritəsi

3. Dünya Bankı - World Integrated Trade Solution (WITS)

<http://wits.worldbank.org/wits/>

- ✓ BMT – nin statistika bürosunun (UNSD) Əmtəə Ticarəti (UN COMTRADE) Məlumat Bazası qiymət (ABŞ \$) və həcm olaraq əmtəələr və partnyor ölkələr üzrə idxal və ixrac haqqında məlumatları əhatə edir. 170 ölkə daxildir
- ✓ BMT – nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransı (UNCTAD) Ticarət Təhlil Məlumat Sistemi (TRAINS) idxal və tariflər haqqında məlumatları əks etdirir
- ✓ 119 ölkə üzrə para-tarif və qeyri-tarif tədbirləri
- ✓ Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (WTO) Vahid Məlumat Bazası (IDB) əmtəə və əməkdaş ölkələr üzrə idxal, milli tariflərin ən ətraflı əmtəə səviyyəsində güzəştli tariflərin mövcud olmasını əhatə edir. Konsolidasiya Edilmiş Tarif cədvəli məlumat bazası (CTS) ÜTT hədd tariflərini, İlkin Danışıq Hüququ və başqa göstəriciləri əhatə edir

4. EUROSTAT

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

Sayt Avropa Birliyi Üzv Dövlətləri üzrə müqayisəli məlumatların faydalı ödənişsiz mənbəyidir. Saytda ölkələr üzrə demoqrafik, sosial, əsas iqtisadi göstəricilər, milli hesablar, xarici ticarət, sənaye, kənd təsərrüfatı, ətraf mühitə dair məlumatlar daxil edilmişdir.

QEYD: Hər bir üzv dövlətin eyni zamanda özünün milli statistika agentliyi/idarəsi var ki, buradan siz məlumatı ödənişsiz əldə edə bilərsiniz.

5. RBA MƏLUMAT XİDMƏTLƏRİ

<http://www.rba.co.uk/sources/directs.htm>

<http://www.rba.co.uk/sources/mr.htm>

RBA Özəl sektoru araşdıran və faydalı məlumat mənbələrindən ibarət tədqiqat şirkətidir (bəzi mənbələr ödənişlidir).

6. BEYNƏLXALQ TİCARƏT ASSOSİASIYALARI FEDERASIYASI (FİTA)

<http://www.fta.org>

Ticarətlə əlaqəli hər cür məlumat və mənbələrə keçid təqdim edir

<http://www.buyusainfo.net>

<http://www.globaltrade.net/international-trade-import-exports/browse-content.html>

- bazar hesabatlarına giriş

7. İNKİŞAF ETMƏKDƏ OLAN ÖLKƏLƏRDƏN İDXALIN TƏŞVİQİ MƏRKƏZİ (CBI)

<http://www.cbi.eu>

CBI yalnız AB bazarları və ya fərdi olaraq AB üzv dövlətləri üçün bazar hesabatları təklif edir. Hesabatlar adətən rəqiblər və bazara giriş kanalları haqqında dəyərli məlumatları əhatə edir. Məhsul çeşidləri 4 geniş kateqoriyanı əhatə edir:

- ✓ Kənd təsərrüfatı, balıqçılıq, meşə məhsulları (meyvə, tərəvəz, balıq, meyvə komponentləri, kosmetika üçün təbii komponentlər, ağac və ağac məhsulları daxil olmaqla)
- ✓ İstehlak malları (mebel, geyim, ayaqqabı, dəri daxil olmaqla)
- ✓ Sənaye məhsulları (avtomobil ehtiyat hissələri, inşaat materialları daxil olmaqla)
- ✓ Xidmətlər (İT, mühəndislik, turizm)

8. QLOBAL KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏLUMAT ŞƏBƏKƏSİ

<http://www.fas.usda.gov/report.asp>

Bu keçiddən siz ölkələr üzrə spesifik qida məhsulları üzrə hesabatlara giriş əldə edə bilərsiniz.

ƏSAS İXRAC MƏHSULLARI ÜÇÜN FAYDALI SAYTLAR

İÇKİ SEKTORU

- <http://www.wineintelligence.com>
- <http://www.wineinstitute.org>
- <http://www.just-drinks.com>
- <http://www.thedrinksbusiness.com>
- <http://www.jancisrobinson.com>
- <http://www.practicalwinery.com>
- <http://www.decanter.com>
- <http://www.harpers.co.uk>
- <http://www.drinksint.com>

QIDA SEKTORU

- <http://ec.europa.eu/food>
- <http://www.efsa.europa.eu/>
- <http://www.confectioneryproduction.com>
- <http://www.fruitnet.com>
- <http://www.freshplaza.com>
- <http://www.esa-spices.org>
- <http://www.foodsafetymagazine.com>
- <http://www.freetrademagazines.com/food-beverage-magazines/>
- <http://www.justfood.com>
- <http://www.foodquality.org>
- <http://www.globalgap.org>
- <http://www.brcglobalstandards.com>
- <http://www.fruit-processing.com>
- <http://www.passionfruit.cirad.fr>

BAZAR ARAŞDIRMASI SATICILARI

Bu saytlardan siz məhsul/məhsul qrupları və hədəf bazarlar üzrə kommersiya mənbələrinin mövcud olmasını yoxlaya bilərsiniz.

- <http://www.researchandmarkets.com>
- <http://www.marketresearch.com>
- <http://www.reportlinker.com>

BAZAR ARAŞDIRMAÇILARI ÜÇÜN YOXLAMA VƏRƏQƏSİ

BU NƏZARƏT VƏRƏQƏSİ SİZƏ QEYD VƏ NƏZARƏT ETMƏYƏ KÖMƏK EDƏCƏK

- AŞKAR ETDİYİNİZ VƏ TANIŞ OLDUĞUNUZ MƏNBƏLƏR
- ARTIQ TOPLANMIŞ MƏLUMAT
- BOŞLUQLAR – TOPLANILMASINA EHTİYAC OLAN ÇATIŞMAYAN MƏLUMAT

İXRAC BAZAR ARAŞDIRMASI YOXLAMA VƏRƏQƏSİ
HƏDƏF BAZAR: _____

Tələb olunan məlumat	Tamamlanmış məlumat (√)	Qismən tamamlanmış məlumat (√)	Əlaqə yaradılmış və ya nəzərdən keçirilmiş mənbələr
1. Bazara ümumi baxış			
1.1 Məhsul üzrə bazaar dəyəri (i) Ümumi istehlak (ii) İdxal və İxrac (iii) Yerli təchizat			
1.2 Son illərdə artım tempi (iv) Ümumi istehlak (v) İdxal və İxrac (i) Yerli təchizat			
1.3 Tələbin tərkibi (%)			
1.4 Bazar tənzimləyiciləri			
1.5 Bazar proqnozları və gələcək tendensiyalar			
2. Bazara giriş şərtləri			
2.1 Tətbiq olunan tariflər/rüsumlar			
2.2 Sağlamlıq və təhlükəsizlik qanunvericiliyi			
2.3 Məcburi standartlar			
2.4 Miqdar, ölçü, qablaşdırma, dizayn kimi bazar tələbləri (qeyri-tənzimləyici)			

Tələb olunan məlumat	Tamamlanmış məlumat (√)	Qismən tamamlanmış məlumat (√)	Əlaqə yaradılmış və ya nəzərdən keçirilmiş mənbələr
2.5 Biznes qanun və təcrübələri			
3. Bazar quruluşu			
3.1 Hər seqmentdə distribüsiya sistemi və onların necə işləməsi			
3.2 Hər seqmentdə və distribüsiya sisteminin hər mərhələsində oyunçuların konsentrasiyası və sayı			
3.3 Bazarda kimin dominant/tənzimləyici olmasının təhlili			
3.4 Əsas oyunçuların müəyyənləşdirilməsi (i) Şirkətlərin adı (ii) Şirkətlərin ünvanı (iii) Tel/Faks (iv) Əlaqə üçün şəxs			
4. Rəqiblərin təhlili			
4.1 Maliyyə vəziyyətinin təhlili (i) Rəqiblər (ii) Potensial müştərilər			
4.2 Təşkilatın ölçüsü, işçilər və kapital (i) Rəqiblər (ii) Potensial müştərilər			
4.3 Məhsul çeşidləri və xüsusiyyətləri (i) Rəqiblər (ii) Potensial müştərilər			
4.4 İstehsal həcmi və yerləri (i) Rəqiblər (ii) Potensial müştərilər			
4.5 Cari qiymətlər və satış şərtləri (potensial müştərilər)			
ƏLAVƏ 1: Əsas əlaqələrin siyahısı (potensial müştərilər)			
ƏLAVƏ 2: Ticarət Sərgilərinin siyahısı Ticarət jurnallarının siyahısı			

SAHİBKARLAR ÜÇÜN BAZAR ARAŞDIRMASI YANAŞMASI

1. BİZNESİNİZİN İXRAC MARKETİNQİNİN AUDİTİNİ KEÇİRİN

- a. İxracla bağlı məqsədlərinizi müəyyənləşdirin
- b. Şirkətin imkanlarını diqqətlə müəyyənləşdirin
- c. İxracın inkişafı üçün mövcud olan resursları müəyyənləşdirin
- d. Biznesinizin SWOT təhlilini aparın – güclü və zəif tərəfləri, imkanları və təhlükələri müəyyənləşdirin

2. ÖZÜNÜZ ÜÇÜN “QISA” BAZAR ARAŞDIRMASI APARIN

- a. İxrac etmək niyyətində olduğunuz məhsul/məhsul qrupunu müəyyənləşdirin
- b. Araşdırılacaq bazar(lar)ı müəyyənləşdirin – siz artıq hədəf bazarı seçmiş ola və ya uyğun məlumatı nəzərdən keçirməklə potensial bazarı müəyyənləşdirməyə ehtiyac duya bilərsiniz

3. TƏDQIQAT ZAMANI İSTİFADƏ ÜÇÜN BAZAR ARAŞDIRMASI YOXLAMA VƏRƏQƏSİ HAZIRLAYIN

4. BAZAR ARAŞDIRMASI KEÇİRİN

- a. Bütün mövcud daxili məlumatları yoxlayın
- b. Azərbaycandakı digər potensial məlumat mənbələrini (səfirliklər, sənaye assosiasiyaları, universitetlər və hədəf bazarlara artıq məhsul ixrac edən şirkətlər) yoxlayın
- c. AB Müştəri Xidmətləri və AB bazarları üçün CBİ – dan bütün müvafiq məlumatlardan istifadə edin
- d. İTC (Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi) Ticarət Xəritəsindəki (bütün ölkələri əhatə edir) ticarət məlumatlarından istifadə edin
- e. İnkişaf etmiş ölkələrdə TPO (Ticarətin Təşviqi Təşkilatı) internet səhifələrində bazar hesabatlarına baxın (məsələn ABŞ, Kanada, Almaniya, BK, Avstraliya, Yeni Zelandiya və s)
- f. Hədəf bazardakı ticarət assosiasiyalarının, o cümlədən beynəlxalq ticarət assosiasiyalarının internet səhifələrinə baxın – FİTA (Beynəlxalq Ticarət Assosiasiyaları Federasiyası) internet səhifəsindən başlayın
- g. Müvafiq sənaye jurnallarının internet səhifələrinə baxın (çoxu sizə onların arxivini araşdırmaq imkanı verir)
- h. Rəqibləri müəyyənləşdirmək üçün Kompas – dan istifadə edin. Siz həmçinin Ticarət Assosiasiyaları və TPO internet səhifələrindən də istifadə edə bilərsiniz belə ki, onların çoxu axtarış aparıla bilən məlumat bazasına sahibdir
- i. Hədəf bazarda TPO, milli statistika xidməti, gömrük xidməti internet səhifələrinə baxın
- j. Başqa mənbələri tapmaq üçün internetdə axtarış aparın
- k. Hədəf bazarda EEN (Sahibkar – Avropa Şəbəkəsi) tərəfdaşları və tərəfdaş təşkilatlarda istənilən əlaqədən istifadə edin
- l. Yoxlama vərəqəsindən tapdığınız məlumatı qeyd etmək üçün istifadə edin. Bu sizə doldurulmalı olduğunuz boşluqları müəyyən etməyə kömək edəcək, beləliklə də siz axtarışınızı mərkəzləşdirə biləcəksiniz.

5. MƏLUMATLARIN MÜQAYİSƏSİ VƏ TƏHLİLİ

- a. Müfəviq sənədləri oxuyun və faktların çıxarışını edin
- b. Məlumatları təhlil edin
- c. Məlumatların əlaqəsini yoxlayın – hədəf bazardakı digər oyunçularla rəqabət aparmaq üçün siz nə etməlisiniz?
- d. Məlumatlar əsasında hədəf bazarın sizə imkanlar və ya çoxlu maneələr təklif etdiyinə qərar verin. Əgər bazar imkanları sizə əlverişli görünürsə bazara girməyə hazırlaşmaq üçün vəzifələrinizin siyahısını tərtib edin. Əgər bazar sizin girişiniz üçün həddindən artıq çətin görünürsə o zaman siz tədqiqat üçün yeni hədəf müəyyən etməli və prosesə yenidən başlamalısınız.

6. İXRAC ÜÇÜN FƏALİYYƏT PLANININ HAZIRLANMASI

Nəzərə alınmalı hər bir vəzifə üzrə istənilən nəticəni əldə etmək üçün lazım olan addımları, tələb olunacaq büdcəni və zamanı, məsul şəxs(lər)-i araşdırın.

Tələb oluna biləcək fəaliyyət növlərinə daxildir:

- a. Məhsul və ya emal sertifikatı əldə etmə
- b. Məhsulun yenidən dizaynı
- c. Məhsulun qablaşdırılmasının yenidən dizaynı
- d. Tərcümə
- e. Yeni markaların istehsalı
- f. Yeni marketing məhsullarının istehsalı
- g. İxrac üçün maliyyənin təşkili
- h. Əlavə xərclərin müəyyənləşdirilməsi – nəqliyyat və gömrük rəsmiləşdirilməsi
- i. İxrac bazar üçün qiymətin təyin edilməsi
- j. Yeni işçilər və ya mövcud işçilər üçün təlimçilərin təyin edilməsi
- k. Uyğun idxalçı və ya distributorların müəyyən edilməsi



MODUL II

MODUL II. XARİCİ BAZARLARA GİRİŞ

Şirkət ixrac etməyə nə zaman başlamalıdır?

İxrac qərarı istənilən biznesin gələcəyi üçün ciddi təsirə malikdir. Bu diqqətlə veriləcək qərardır, belə ki, heç də hər şirkət ixrac uğuru üçün resurs və imkana malik deyil.

Əsas tələblər

Bəzi əsas tələblərə cavab vermədən ixrac layihəsində uğur qazanmaq mümkün deyil. Bu tələblərə aşağıdakılar aiddir:

- i. İxrac olunacaq məhsul
- ii. Rəqabət üstünlüyü
- iii. Onu seçilən bazara çatdırmaq üçün maliyyə
- iv. İxrac layihə işləri üçün öhdəlik
- v. İdarəetmə (menecment) qabiliyyəti

Bundan başqa əlavə investisiya xərcləri nəzərə alınmalıdır:

- Xarici marketinq xərcləri və əlavə xərclər
- Məhsulun dizaynı və adaptasiya
- İstehsalat
- Əlavə inkişaf işləri, ehtiyat, kredit və müştəri xidmətləri

Beynəlxalq bazarlara çıxışda problem şirkətin yerli bazarda öyrəndiklərinin yeni bazar və yeni müştəri şərtlərinə uyğunlaşdırılmasından ibarətdir. Əgər şirkət biznesə yenidən başlayırsa onda yerli marketinqin asan tapşırıqları ilə başlamaq və yerli problemlərin uğurla həllini öyrənməyə qədər ixracı təxirə salmaq tövsiyyə olunur.

Satış imkanlarının müəyyənəşdirilməsi

Şirkət yerli bazar xaricində imkanların ola biləcəyini qərarlaşdırdıqdan sonra növbəti addım bu imkanları müəyyənəşdirmək və hesablamaqdır. Bəzən ixraca başlamaq qərarı yalnız bir vəsə ilə mümkün olur – xaricdəki əlaqələrdən sorğu, mövcud müştəri və ya təchizatçı tərəfindən yönləndirilmə və ya sadəcə rəqiblərin ixracda fəal olmasını bilmək.

Nə olursa olsun şirkət öz imkanlarını potensial xərclərə və risklərə qarşı ölçməlidir. Bir ixrac sifarişini yaxşı səsələnə bilər, bəs bu bütün səylərə haqq qazandırmağa kifayət edərmi? Ümid edək ki, sifariş almaq bu bazarda daha potensiallı biznes olduğundan xəbər verir, lakin bu imkanların miqyası və mümkün xərclər qiymətləndirilməlidir.

Bu adətən bazar araşdırmasından başlayır. Yaxşı masa tədqiqatı şirkətlərin maraqlarını onların daha çox uğur qazana biləcəkləri bazarlar üzrə qətiləşdirir.

Əgər ixrac fəaliyyəti tək bir sifariş və ya sorğuya əsaslanırsa, tədqiqat potensial müştəri barəsində mümkün qədər çox məlumat tapmalıdır, yəni onun etibarlılığı, kredit tarixçəsi, hətta bazar payını araşdırmalıdır. Bu bütünlükdə bazar potensialı üzrə təlimat kimi onlara satışın əhəmiyyətini qiymətləndirməyə kömək edəcək.

Xarici bazarlara giriş formaları

İxracatçılar öz məhsullarının xarici bazalara çatdırılmasını bir neçə variantlar üzrə həyata keçirə bilərlər ki, buna xarici bazarlara giriş formaları deyilir. Xarici bazarlara giriş formaları (malların satışı) birbaşa, dolayı və partnyorluq kimi təsnifləndirmək mümkündür. Bu giriş formalarının özünəməxsus üstün və çatışmayan cəhətləri var ki, onların şərh və seçilməsi metodologiyası beynəlxalq marketinqin mövzusu olduğundan burada onlara geniş yer verilməyəcək. Giriş formasının seçilməsi məhsuldan, onun satış xüsusiyyətindən, nəqliyyat, daşıma və gömrük xərclərindən və digər amillərdən asılıdır. İndi qısaca hər bir giriş forması haqqında qısa məlumat verək.

Birbaşa ixrac İxracatçının öz məhsulunu birbaşa hədəf bazarında müxtəlif vasitələrlə satmasıdır. Bu variantın üstünlüyü ixracatçının hədəf bazardakı ticarətinə və mallarının marketinqinə birbaşa nəzarət etmək imkanının olmasıdır. Lakin, bu variantın xərcləri çox olur və kiçik müəssisələr o qədər də əlverişli deyil. Birbaşa ixrac təsnifatına aşağıdakı giriş formaları daxildir:

1. Malın birbaşa son istifadəçilərə satılması.

Birbaşa satışda aşağıdakı variantlardan istifadə oluna bilər:

- ✓ Kataloqları paylamaqla sifarişlərin alınması və çatdırılması
- ✓ Potensial müştərilərlə e-mail vasitəsilə əlaqəyə girib satmaq
- ✓ Elektron satış (onlayn bazarı və s.)
- ✓ Nümayəndəni potensial bazarlara göndərməklə müştəri yığılması və malın çatdırılması

2. Nümayəndəlik açmaqla satış - Potensial bazarlarda filial və nümayəndəlik açmaqla müştərinin cəlb olunması və malın ixrac edilərək nümayəndəlik tərəfindən paylanması

3. Ticarət sərgilərində iştirak etməklə satış

Partnyorluq və ya alyans əsaslı ixrac formaları Bu variantda ixracatçı idxalçı ölkədə özünə ticarət tərəfdaşı tapmaqla ortaq müəssisə açır və idxalçı ölkə bazarına həmin tərəfdaş vasitəsilə girir. Bu variantın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, xərcləri nisbətən aşağıdır və ixracatçı tərəfindən marketinq araşdırmaların aparılmasına ehtiyac olmur. Mənfi cəhəti ondan ibarətdir ki, ixracatçının xarici bazarlara və məhsulların marketinqinə, xüsusilə də əqli mülkiyyət hüquqlarının müdafiəsinə nəzarət imkanları azalır. Bu təsnifata aşağıdakı variantlar daxildir:

- ✓ Lisenziya əsasında istehsal və satış – bu halda məhsul istehsalçısı hədəf bazarın müəssisəsinə onun əmtəə nişanından istifadə edərək onun istehsal texnologiyasına uyğun məhsul istehsal edib satılmasını nəzərdə tutur
- ✓ Françayzinq əsasında istehsal və satış - Bu da lisenziyanın bir növüdür, yəni mal digər ölkədə eyni adda istehsal edilir
- ✓ Birgə müəssisə - ortaq kapital və idarəetmədə hər iki tərəfin iştirakı ilə açılan müəssisədir ki, müasir dövrdə bu biznes növü geniş yayılıb. Çünki, bu variantda digərlərindən fərqli olaraq xərclər nisbətən aşağı olur və ixracatçı birgə müəssisədə tərəfdaş olduğuna görə əqli mülkiyyət hüquqlarına nəzarət edə bilər
- ✓ Tam kapital əsasında açılan müəssisə- digər ölkənin ərazisində 100 % kapital qoymaqla açılan müəssisədir

Dolayı ixrac formaları Bu variantda ixracatçı xarici bazarlara yalnız vasitəçilərdən istifadə etməklə girir. Belə olduqda ixracatçının xarici bazara birbaşa girmir və məhsullarını özü təqdim etmir. Bu təsnifata daxil olan variantların üstünlüyü ondan ibarətdir ki, ixracatçı müştəri cəlbi və marketinq araşdırmaları üçün xərc çəkmir və beləliklə aşağı xərclərlə ixrac edə bilər. Bu metod kiçik müəssisələr üçün daha əlverişlidir. Mənfi cəhəti isə ixracatçının mallarının marketinqinə nəzarət edə bilməməsi və xarici bazarlarla tanış olmamasıdır. Bu təsnifata aşağıdakılar daxildir:

- ✓ Satış nümayəndəlikləri və ya agentlər –mala müştəri tapır və onu mal sahibi ilə əlaqələndirməklə komissiyon əsasda gəlir əldə edir
- ✓ Distributorlar – distributorluq müqaviləsi bağlamaqla malı mal sahibindən daha ucuz qiymətə alır və sərbəst satışını həyata keçirir
- ✓ Topdansaş şirkətləri – malı birbaşa istehsalçıdan alaraq idxal edir və satır
- ✓ İxracın idarə olunması şirkətləri- ixracatçı ölkədə yerləşməklə malın ixracını və idxalçıya çatdırılmasına dair bütün işləri həyata keçirir. Bu gömrük brokəri də ola bilər
- ✓ İxrac ticarət şirkətləri – daha çox agent kimi fəaliyyət göstərir, yəni satıcı ilə alıcı arasında vasitəçilik funksiyasını həyata keçirir
- ✓ Ticarət evləri və s

Paylaşdırma kanalları

Çox az şirkətin ixrac bazarında öz ofisini qurmaq imkanı var, bu yolla da onların müştərilərə xidmət etmək yolları evdəkindən fərqlənəcək. Çox az şirkət (xüsusilə də kiçik və orta sahibkarlar) öz məhsul və xidmətlərini ixrac bazarındakı son istehlakçıya birbaşa çatdırır. Çox güman ki, bir və ya bir neçə vasitəçi məhsulun ixracatçıdan müştəriyə çatdırılması prosesinə cəlb olunacaq. Adətən bu agent və ya distributorlar olur. Bəzən onların rolunu maksimallaşdırmaq əvəzinə vasitəçiləri aradan götürmək istəyənlər də olur, lakin vasitəçilərin rolu mühümdür və onların ixrac prosesindəki rolu düzgün qiymətləndirilməlidir.

Vasitəçilərin seçilməsi vacib məsələdir; onların seçilməsi müştəri ehtiyaclarını ödəməli və eyni zamanda ixracatçı bazarda onu təmsil edən şəxsin şirkət maraqlarını qoruyacağından əmin olmalıdır.

Tələb olunan sektora müvafiq düzgün təqdimat formasını seçmək və düzgün insanı təyin etməkdir. Bu bütün ixrac səylərinə təsir edən mühüm sahədir. Seçilmiş nümayəndə alıcı üçün məqbul olmalı, bazarı bilməli və öz adından səy göstərəcək qədər ixracatçının məhsullarının satışında maraqlı olmalıdır.

Biznesin təbiəti tez-tez təqdimat formasını diktə edir. Variantlardan biri **komissiyon agentdir** (satıcı kimi çıxış edən və komissiyon haqq alan – məsələn, ödəniş kimi sifarişdən faiz. Komissiyon haqq sənayedən asılı olaraq 2% - 15% arasında dəyişə bilər). Bu geyim və tekstil sənayesi və bir sıra sənaye kateqoriyaları üçün ümumi qəbul olunmuş formadır, lakin qida sənayesi üçün ümumi deyil. Komissiyon agent heç vaxt alver etmir; əməliyyatlar birbaşa olaraq ixracatçı ilə müştəri arasında baş verir.

Distributor - geniş funksiyaları həyata keçirir, bir çox hallarda idxal prosedurlarından başlayaraq, saxlanma, satış və paylanma daxil olmaqla. Distributor adətən malları uzunmüddətli kredit şərtləri ilə alır və satır, ödəniş müştəri tərəfindən edilir. Distributorların gəliri adətən 33% olur.

Komissiyon agentlər və distributorlar adətən bir sıra təchizatçıları təmsil edirlər. Şirkət agent və ya distributorun daşdığı digər məhsulların öz məhsulları rəqib olmasından ehtiyat etməlidir. Belə ki, bəzi agentlər müəyyən şirkətlərin bazara girişini məhdudlaşdırmağa və özlərinin mövcud məhsul çeşidlərini qorumağa çalışır.

Agentlər, xüsusilə də distributorlar məhdud coğrafi ərazini əhatə etdiyini nəzərə alaraq şirkətlər bütöv bazara giriş üçün şəbəkəyə ehtiyac duya bilər. Məsələn, Almaniyaya ixrac edən Azərbaycan şirkətləri agent və ya distributorların ərazi əhatəsini yoxlamalı və onları regional əsaslarla təyin etməlidir.

Bəzi hallarda bu metodlardan bir neçəsi istifadə oluna bilər – məsələn, agent sifarişləri təqib edir, distributor isə fiziki paylaşdırma ilə məşğul olur. Və ya şirkət hər hansısa bir biznesə başlayır, işgüzarlığın səviyyəsi cəlbədicə olduqda onu agentə ötürür. Məsələn, qida sənayesində ixracatçılar adətən komission əsaslarla işləyən agentlərin (brokerlərin) kombinasiyasından istifadə edir, eyni zamanda idxalçı və ya distributorun fiziki paylama xidmətinə də ehtiyac olur.

Sizin üçün ən səmərəli distributor kimdir? Böyük distributor heç də hər zaman ən doğru seçim demək deyil. Bəzən sizin məhsulunuz anbarlara göndərilə və orada aylarla qala bilər. Əvəzində kiçik və ac distributor adətən satışları daha həvəslə təşkil edir, xüsusilə də kiçik ixracatçılar üçün.

Bütün sövdələşmələr yazılı razılaşmalarla təsdiq edilməlidir. Əmin olmaq üçün xüsusi hallarda şirkətin razılaşmalardan imtina etmə hüququnun olmasını yoxlamaq lazımdır, məsələn əgər razılaşdırılmış hədəflər qarşılanmayıbsa. Unutmayın ki, münafişlərlə bağlı istənilən arbitraj ixracatçının deyil, agentin yurisdiksiyasında olacaq.

Tarif və qeyri - tarif tədbirləri

İxracatçının xarici bazarlara girişi zamanı onun ticarətinə ciddi təsir edən amillərdən biri də idxalçı ölkənin daxili bazarın qorunması və milli maraqların təmin olunması üçün idxala tətbiq etdiyi tarif və qeyri tarif tədbirləridir (ticarət rejimi). Deməli, tarif və qeyri tarif tədbirləri (xarici ticarət rejimi) dedikdə mallara tətbiq olunan tarif məhdudyyətləri və güzəştləri, eləcə də malların idxalına və ixracına tətbiq olunan kvotalar, qadağalar, lisenziyalar, icazələr və digər tədbirlər (qeyri tarif tədbirləri) nəzərdə tutulur.

Tarif tədbirlərinə aşağıdakılar daxildir:

- ✓ gömrük rüsumunun aradan qaldırılması
- ✓ gömrük rüsumu güzəştlərinin verilməsi
- ✓ tarif kvotalarının tətbiqi. Tarif kvotası dedikdə idxal olunan malın idxal rüsumunun müəyyən miqdarda idxalına qədər (məsələn, illik 10 ton idxal olunana qədər) aşağı olması, həmin miqdarda idxaldan sonra rüsumun yuxarı qaldırılması nəzərdə tutulur
- ✓ mühafizə tədbirlər, anti dempinq və kompensasiya rüsumlarının tətbiqi məqsədilə mallara xüsusi idxal rüsumunun tətbiq edilməsi

Qeyri tarif tədbirlərinə isə aşağıdakılar daxildir:

- ✓ kvotalar
- ✓ idxal lisenziyası
- ✓ mənşə sertifikatları
- ✓ təhlükəsizlik, keyfiyyət, sanitar, ətraf mühit, fitosanitar, baytarlıq tədbirləri
- ✓ idxal qadağaları
- ✓ dövlət müəssisələri, subsidiyalar və satınalmalar
- ✓ xüsusi məhsulların idxal rejimi

- ✓ gömrük qiymətləndirilməsi və gömrük yığımları
- ✓ valyuta nəzarəti və mübadilə məhdudiyyətləri
- ✓ ixrac məhdudiyyətləri
- ✓ qiymətə nəzarət və s

Ümumiləşdirilmiş preferensiyalar sistemi (GSP)

GSP (Generalized System Of Preference) müəyyən qrup mallar üçün idxal gömrük tariflərinin tutulmaması və ya güzəştli tutulmasını nəzərdə tutan bir sistemdir. Avropa Birliyi digər ölkələrdə olan GSP sistemindən əlavə GSP+ sisteminə də malikdir.

GSP sistemində ümumi və xüsusi tədbirlər nəzərdə tutulur:

- ✓ Ümumi tədbirlər ümumi ticarət güzəştləri əsasında bütün inkişaf etməkdə olan ölkələrə tətbiq edilir və Ən Əlverişli Rejim (MFN - Most Favored Nation) tarifinin bütün ölkələr üçün azaldılmasını nəzərdə tutur. Ümumi tədbirlər çərçivəsində həssas məhsullara 3.5 % (spesifik rüsumlar olduqda isə 30%), qeyri həssas məhsullar üçün isə 100 % güzəşt nəzərdə tutulur.
- ✓ Xüsusi stimül tədbirləri insan hüquqlarına, əmək hüquqlarına, ətraf mühitin mühafizəsinə, keyfiyyətli idarəetməyə dair BMT-nin 27 əsas Konvensiyasına qoşulmuş və bu Konvensiyaların müddəalarını tam təmin edən qanunvericilik bazası mövcud olan ölkələrə və zəif inkişaf etmiş ölkələrə daha yüksək güzəştlərin verilməsini nəzərdə tutur

Avropa Şurasının 10 dekabr 2001-ci ildə qəbul edilmiş (№2501/2001) qərarına əsasən, balıq və polad məhsulları istisna olmaqla Azərbaycandan ixrac olunan digər mallara güzəştlər tətbiq edilirdi. Bu qərarla Azərbaycana xüsusi stimül tədbirlərinin tətbiqi nəzərdə tutulmamışdı. Şuranın ən son 2005-ci il 27 iyun tarixli qərarı (№980/2005) ilə Azərbaycana yuxarıda qeyd olunan mallar üzrə tətbiq olunan məhdudiyyətlər aradan qaldırılmışdır. Lakin, Azərbaycana yenə də xüsusi stimül tədbirlərinin tətbiqi nəzərdə tutulmamışdı.

2009-cu ilin yanvar ayının 1-dən etibarən isə Azərbaycan Avropa Birliyinin təqdim etdiyi güzəştli ticarət sisteminin ən üst pilləsi olan "GSP+" proqramına benefisiar ölkə statusu ilə daxil edilmişdir. "GSP+" proqramı benefisiar ölkəyə digər stimül tədbirlərindən daha geniş imtiyazlar verir. Nəticə olaraq Azərbaycan həm həssas, həm də qeyri-həssas minlərcə mal qrupları üzrə öz məhsullarını Avropa Birliyi bazarlarına rüsumsuz ixrac imkanını əldə etmişdir.

GSP+ - a qoşulma şərtləri Ölkələrin GSP+ sisteminə üzv olması üçün aşağıdakı şərtlərə uyğun gəlməsi lazımdır:

- ✓ "GSP+" proqramına qoşulmaq üçün ölkə "ən az inkişaf etmiş ölkə statusu" daşmalı və ya insan hüquqlarına, əmək hüquqlarına, ətraf mühitin mühafizəsinə, keyfiyyəti idarəetməyə dair BMT-nin 27 əsas Konvensiyasına qoşulmalı və ölkədə bu Konvensiyaların müddəalarını tam təmin edən qanunvericilik bazası mövcud olmalıdır
- ✓ Avropa Birliyinin GSP-yə uyğun mallar üzrə məcmu idxalının 1 faizindən azını Birliyə ixrac etmiş olsun
- ✓ Benefisiar ölkə üç il ardıcıl olaraq Dünya Bankının təsnifatında yüksək gəlirli ölkə kimi əks olunmamalıdır

- ✓ Xarici iqtisadi fəaliyyətin mal nomenklaturunun ən böyük 5 qrupu üzrə ölkənin Avropa Birliyinə GSP-yə uyğun mallar üzrə ixracı GSP-yə uyğun mallar üzrə ümumi ixracının 75 faizindən çox olmalıdır (ixracın diversifikasiyası zəif olmalıdır)

GSP + proqramından istifadə müddəti Azərbaycan üçün 2014-cü ilin Yanvar ayında bitir və Avropa Birliyinin siyasi qərarına əsasən bu müddət uzadılmayacaq. Sahibkarlar bu fürsətdə qısa müddətdə maksimum yararlanmaq üçün əllərindən gələni etməlidirlər.

Azərbaycanın GSP + -dan istifadə imkanları Yuxarıda qeyd edilən şərtlərə Azərbaycan uyğun gəldiyindən proqrama daxil edilib və ən əsası hələ həmin şərtlərdən çıxmasına qədər böyük imkanlar mövcuddur. Belə ki,

- ✓ 2011-ci ilin sonuna olan göstəricilərə görə, Azərbaycanda adambaşına düşən Ümumi Daxili Məhsulun həcmi 10 min 202 ABŞ dollarını ötməsinə baxmayaraq, Azərbaycan hələ yüksək gəlirli ölkələr qrupuna daxil edilməyib. Ancaq, 2011-ci ildə Avropa Birliyi tərəfindən GSP + şərtlərinə dəyişiklik edilərək yüksək gəlirli ölkələrə statusu orta yüksək gəlirli ölkələr statusu ilə əvəz edilib ki, bu da Azərbaycanın Dünya Bankının təsnifatına əsasən orta yüksək gəlirli ölkə olaraq GSP+ dan istifadə imkanının itirməsi ilə nəticələnir. Belə ki, qeyd edildiyi kimi, məhz bu səbəbə görə Azərbaycan 2014-cü ildən GSP +dan istifadə edə bilməyəcək
- ✓ Azərbaycanın 5 əsas mal qrupu üzrə ixracı Avropa İttifaqının müəyyən etdiyi 75% minimum həddən çox yüksək olduğundan gələcəkdə də GSP proqramının təqdim etdiyi güzəştlərdən faydalanmaq imkanları mövcuddur
- ✓ Azərbaycanın GSP proqramı altında Avropa Birliyinə mal ixracı AB-nin ümumi GSP limitinin cəmi 0.09 % -in təşkil edir. Ümumiyyətlə Azərbaycan qeyri neft sektorunda ixracının hamısı GSP proqramı altında ixrac edilərsə təqribən 1 faizlik limiti doldura bilər. Bu isə hələ GSP proqramı ilə malların ixracına kifayət qədər limitin olması deməkdir

Məlum olduğu kimi, GSP+-dan istifadə müddəti Azərbaycan üçün 2014-cü ilin yanvar ayında bitir və Avropa Birliyinin siyasi qərarına əsasən bu müddət uzadılmayacaq.

Odur ki, yerli ixracatçılarımız bu müddət ərzində məhdud olan yaradılmış bu fürsətdən maksimum istifadə etməyə çalışmalı və GSP + dan istifadə səviyyəsi yüksəldilməlidir. Ümumiyyətlə Azərbaycanın GSP+dan istifadə səviyyəsi ilə bağlı aşağıdakı faktları çox ciddi nəzərdən keçirmək lazımdır:

- ✓ 2011-ci ilin yekunlarına görə Azərbaycanın ümumi xarici ticarət dövriyyəsində Avropa Birliyinin payı 42,5 faiz təşkil etmişdir
- ✓ Avropa Birliyinin dünya idxalında payı 39 %-dir

Azərbaycandan Avropa İttifaqına 2007-2011-ci illərdə ixrac (min avro ilə)

	2007	2008	2009	2010	2011
Azərbaycandan Avropa İttifaqına ixrac	7 353 998,58	10 641 849,16	7 353 771,79	9 710 084,73	14 843 684,25
GSP ilə ixrac oluna biləcək məhsulların ixracı	122 675,05	48 148,93	60 612,37	55 640,33	79 671,85
GSP ilə ixrac	30 871,45	19 878,97	35 419,15	16 539,41	63 281,12
gömrük rüsumundan azad ixrac	21 830,88	12 026,63	35 419,15	16 431,10	63 251,52
gömrük rüsumuna güzəştli ixrac	9 040,57	7 852,34	0,00	108,31	29,60
GSP-dən istifadə səviyyəsi (faizlə)	25,17	41,29	58,44	29,73	79,43
GSP ixracının ümumi ixracda payı (faizlə)	0,42	0,19	0,48	0,17	0,43
Ən Əlverişli Rejim (MFN) altında rüsumsuz ixrac	7 214 923,74	10 585 027,59	7 274 996,12	9 653 563,99	14 756 912,19
Avropa ittifaqına rüsumsuz ixrac	7 236 754,62	10 597 054,22	7 310 415,27	9 669 995,09	14 820 163,71
Rüsumsuz ixracın ümumi ixracda payı (faizlə)	98,41	99,58	99,41	99,59	99,84

Mənbə: www.eurostat.com

Ümumiyyətlə GSP+ çərçivəsində Avropa Birliyinə ixrac ediləcək və HS mal nomenklaturunda 96 qrupda təsnif edilən malların:

- ✓ 68 qrupu gömrük rüsumundan tamamilən azaddır
- ✓ 10 mal qrupu isə advalor gömrük tariflərindən tamamilən azad edilmişdir. Bu mallara sadəcə spesifik tariflər tətbiq ediləcəkdir
- ✓ 11 mal qrupunda yer alan malların böyük hissəsi gömrük rüsumlarından azad edilmişdir
- ✓ Digər 7 mal qrupunda yer alan malların isə kiçik bir hissəsi gömrük rüsumlarından azad edilmişdir
- ✓ GSP + proqramına ümumilikdə 6336 adda məhsul daxil edilmişdir

GSP+ proqramı çərçivəsində Avropa Birliyinə ixrac şərtləri Avropa Birliyinə rüsumsuz məhsul ixrac etmək istəyən ixracatçıların güzəşt tətbiq edilən məhsulların Azərbaycan mənşəli olduğu barədə İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında İstehlak Bazarına Nəzarət üzrə Dövlət Xidmətindən "Forma A" mənşə sertifikatını əldə etmələri zəruridir. Çünki məhsul Avropa Birliyinə daxil olarkən gömrükdə "Forma A" mənşə sertifikatı və fakturanın (invoice declaration¹) göstərilməsi tələb edilir. Bu məhsullar birbaşa Avropa Birliyi ölkələrindən hansısa birinə ixrac edilməlidir. Məhsullar Avropa Birliyinə üzv olmayan ölkələrdən sadəcə tranzit rejimində keçə bilər. Hər hansı bir məhsul üçüncü ölkəyə ixrac edildikdən sonra, Avropa Birliyinə təkrar ixrac edilərsə (re - eksport), həmin məhsul GSP proqramı çərçivəsində rüsumdan azad edilmir. Eyni zamanda, üçüncü ölkələrin ərazisində malın mənşəsində dəyişikliyə səbəb olacaq şəkildə mal üzərində dəyişikliklər edilməməlidir. Yuxarıda qeyd edilənlərlə yanaşı GSP+ proqramı çərçivəsində ixrac üçün aşağıdakı tələblərə də ölkə və ixracatçı cavab verməlidir:

- ✓ Məhsulların müvafiq qrupları üzrə istehsal və ixrac nəzarət edilməsi üçün inzibati pərakəndəliyin aradan qaldırılması və bir səlahiyyətli orqanın mövcud olması
- ✓ Məhsul istehsalının standartlaşdırılması, sertifikatlaşdırılması, etiketləndirilməsi və qablaşdırılmasının Avropa Birliyi sisteminə uyğunlaşdırılması

¹ İnvoys deklarasiyası idxal olunan məhsulların dəyərini göstərən və ya ümumi dəyəri 6.000 Avrodan aşağı olan mallar üçün tələb olunan sənəddir. Bu sənəd ixracatçı tərəfindən doldurulur və imzalanaraq möhür vurulur.

- ✓ Kənd təsərrüfatı məhsullarına dair qanunvericilik bazasının Avropa Birliyinin müvafiq qanunvericilik bazası ilə uyğunlaşdırılması
- ✓ Məhsulların müvafiq qrupları üzrə keyfiyyət və təhlükəsizlik göstəricilərinin Avropa Birliyinin standartlarına uyğunluğunu təyin edəcək analizləri aparan laboratoriyanın olması
- ✓ İdarəetmədə keyfiyyətə nəzarət sistemlərinin formalaşdırılması
- ✓ Ekoloji təmizliyin araşdırılması üçün (su, torpaq, hava) monitorinqlərin keçirilməsi

Yuxarıda qeyd edilən tələbləri yerinə yetirən ixracatçı aşağıdakı mərhələlər üzrə Avropa Birliyinə mal ixrac edə bilər:

1-ci mərhələ - Məhsulun GSP+ proqramına aid olduğun təyin edilməsi. Bunun üçün ixrac ediləcək məhsulun GSP + proqramına daxil edilən məhsulların siyahısında² olub olmaması müəyyən edilməlidir. Əgər həmin siyahıda ixrac ediləcək məhsul yer alıbsa onda mallar tətbiq olunacaq güzəştə təyin etmək lazımdır.

2-ci mərhələ - Düzgün GSP dərəcəsinin (advalor, spesifik və ya kombinə edilmiş rüsumlara uyğun) təyin edilməsi. Rüsumların təyin edilməsi mala tətbiq edilən rüsumun növündən (advalor, spesifik və ya kombinə edilmiş) asılıdır. Əgər mal həssas maldırsa və advalor rüsum tətbiq edilirsə, onda maldan gömrük rüsumu tutulmur. Bu halda digər ödənişlər edilir (məsələn, ƏDV). Ancaq mal həssas mal kateqoriyasına aiddirsə onda malın advalor rüsumundan 3.5% çıxılır (məsələn, 7.5%-3.5%=4% rüsum), spesifik rüsumdursa, göstərilən məbləğin 30 % çıxılır (məsələn 6 avro- 30%= 4.2 avro). Əgər mala kombinə edilmiş (məsələn, 6%+7 avro/100 Kq) rüsum tətbiq edilirsə, bu halda malın advalor rüsumundan verilən güzəşt (həssas mal olduqda 3.5 %, qeyri həssas olduqda 100%) çıxılır, spesifik rüsumu isə ödənilir (məsələn, həssas malın kombinə edilmiş rüsumu 6%+7 avro/100 kq olduqda, onda onun hesablanması 6%-3.5%+7 avro=2.5%+7 avro kimi olur). Qeyd etdiklərimizi daha başa düşülən edilmək üçün aşağıdakı cədvəlləri daxil edirik:

✓ **Həssas malın advalor rüsumun hesablanması**

HS kodu	Malın təsviri	MFN dərəcəsi	Tarif endirimi	GSP dərəcəsi
03049047	Digər balıq ətləri	7.5 %	3.5	3.0%

✓ **Həssas malın spesifik rüsumun hesablanması**

HS kodu	Malın təsviri	MFN dərəcəsi	Tarif endirimi	GSP dərəcəsi
0714209000	Pomidor	6.4 avro/100 kq	30 %	4.4 avro / 100 kq

✓ **Həssas malın kombinə edilmiş rüsumu olduqda**

HS kodu	Malın təsviri	MFN dərəcəsi	Tarif endirimi	GSP dərəcəsi
0714209000	Pomidor	7.5% + 6.4 avro/100 kq	3.5%	4%+ 6.4 avro / 100 kq

3-cü mərhələ - GSP + proqramı ilə idxala dair AB-nin tələblərinin təyin edilməsi. Bu mərhələdə Avropa Birliyinin GSP rejimi altında idxalına dair digər tələbləri (sağlamlıq, təhlükəsizlik, sertifikatlaşdırma və s.) araşdırılıb yerinə yetirilməlidir.

4-cü mərhələ - Malın mənşə tələblərinin yerinə yetirilməsi. Bu mərhələdə malın mənşə tələblərinə uyğun gəlməsi üçün göstərilən tələbləri öz məhsulunun istehsalında nəzərə alır.

² GSP-yə daxil edilən malların siyahısını və onlara verilən güzəştləri http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_ru.html saytıdan əldə edə bilərsiniz.

S-ci mərhələ - GSP+ proqramı ilə ixraca dair sənədlərin əldə edilməsi (Əlavə 2-1 və invoices deklarasiyası). Bu mərhələdə ixracatçı İstehlak Bazarına Dövlət Nəzarət Xidmətindən sertifikatı – Forma A alınır və lazım olduqda İnvoys deklarasiyası doldurulur və bununla məhsul ixraca hazır vəziyyətə gətirilir.

Mühafizə tədbirləri, anti dempinq və kompensasiya rüsumları

Malları ixracı zamanı onların idxalçı ölkədə ticarətinə təsir edən tarif tədbirlərindən, eləcə də GSP+ rejimi zamanı verilən güzəştlərin aradan qaldırılmasına təsir edən amillərdən biri də idxal olunan mallara mühafizə, anti dempinq və kompensasiya rüsumunun tətbiq edilməsidir. Belə ki, idxal olunan malların həcmi və qiyməti daxili bazara və yerli istehsalçılara zərər verdikdə və ya zərər vurma təhlükəsi törətdikdə, eləcə də yerli istehsalçılara dəyən zərərlə idxal arasında səbəb-nəticə əlaqəsi olduqda, yəni yerli istehsalçılara dəyən zərərin məhz idxaldan olduğu sübut edildikdə idxalçı ölkə kimi Avropa Birliyi də Ümumdünya Ticarət Təşkilatının müvafiq sazişlərinin tələblərinə uyğun olaraq mallara tətbiq olunan rüsumları aradan qaldırır və xüsusi rüsum tətbiq edir. Bu tədbirlərin hər biri haqqında qısa məlumat verək.

Mühafizə tədbirləri Ölkəyə idxal olunan hər hansı malın həcmində kəskin artım müşahidə olunduqda və bu artım daxili bazarda eyni məhsul üzrə yerli istehsalatı ciddi zərər vurduqda (yəni daxili bazara dəyən zərərlə idxal arasında səbəb nəticə əlaqəsi olarsa) və ya ciddi zərər vurma təhlükəsini törətdikdə onda bütün ölkələrdən (malın mənşə ölkəsindən asılı olmayaraq) idxal olunan mallara mühafizə tədbirləri tətbiq olunur. Mühafizə tədbirlərinə verilmiş güzəştlərin aradan qaldırılması, kvotanın tətbiqi və idxal gömrük rüsumlarının dərəcələrinin yüksəldilməsi daxildir. Mühafizə tədbirləri 4 il müddətinə tətbiq *bütün idxalçı ölkələrə* tətbiq olunur, ancaq bu müddət 8 ilə qədər uzadıla da bilər. Mühafizə tədbirləri yalnız idxalçı ölkənin özəl sektorunun müraciəti əsasında araşdırılma aparıldıqdan və sübuta yetirildikdən sonra, eləcə də ÜTT üzvləri məlumatlandırıldıqdan sonra tətbiq oluna bilər. Kəmiyyət məhdudiyətlərinin (kvotalar) səviyyəsi isə üç ən son ildəki faktiki idxalın orta dərəcəsinə aşağı olmamalıdır. Eləcə də, mühafizə tədbirləri müvəqqəti tədbir kimi də tətbiq edilə bilər və maksimum müddəti 200 gün olmalıdır. Avropa Birliyində 2008-ci ildə hər hansı mala mühafizə tədbiri tətbiq edilməmişdir.

Anti – dempinq rüsumu Malın idxalı dempinqlə müşayiət olursa və eyni yerli malların istehsalına zərər vurarsa və ya zərər vurmaq təhlükəsini törədirsə, onda həmin malın idxalına xüsusi rüsum dərəcəsinin tətbiq edilməsi ilə anti dempinq tədbiri tətbiq edilə bilər. Anti dempinq tədbiri yalnız konkret mal dempinqlə ixrac edən ölkəyə cavab tədbiri kimi tətbiq edilir. Ancaq mühafizə tədbirlərində olduğu kimi anti dempinq rüsumunun tətbiqi üçün idxal olunan məhsulların qiymətinin aşağı olması ilə yerli istehsalatı dəyən zərər arasında səbəb – nəticə əlaqəsi sübuta yetirilməlidir. Bunun üçün malın normal dəyəri müəyyən edilməli və qiymətin ucuzlaşdırılması sübuta yetirilməlidir. Avropa Birliyi 2008-ci ildə 128 anti dempinq rüsumu tətbiq etmişdir.

Kompensasiya rüsumu Malın istehsalı, ixracı və ya daşınması zamanı xarici dövlət tərəfindən spesifik subsidiyalardan istifadə edildikdə və aparılan araşdırma nəticəsində bu cür malın dövlətin ərazisinə idxalı nəticəsində yerli istehsalatı maddi zərər vurulduqda, zərərin vurma təhlükəsi törədildikdə və ya yerli istehsalın yaranmasının maddi ləngiməsi müəyyən edildikdə həmin mallara münasibətdə kompensasiya tədbirləri tətbiq edilir. Kompensasiya rüsumu da konkret mal subsidiyalaşdırılan dövlətlərə tətbiq edilir. Bunun üçün ixracatçı dövlətdə araşdırma aparılmalı, həmin dövlətin subsidiyalaşdırma siyasəti öyrənilməli və sübut edilməlidir. Araşdırma 1 il müddətində aparılmalı və qərar haqqında idxalçı ölkə məlumatlandırılmalıdır.

Avropa Birliyinin idxalla bağlı tələbləri

Avropa Birliyində idxalla bağlı tələbləri aşağıdakı istiqamətlər üzrə nəzərdən keçirəcəyik:

- ✓ Gömrük rejimləri
- ✓ İdxal ticarət rejimi
- ✓ Qida təhlükəsizliyi
- ✓ Heyvan sağlamlığı
- ✓ Bitki sağlamlığı
- ✓ Ətraf mühitin mühafizəsi
- ✓ Texniki tələblər
- ✓ Markalanmaya tələblər

Gömrük rejimləri Avropa Birliyində gömrük məsələləri Komissiya tərəfindən qəbul edilmiş Gömrük Məcəlləsi (800 səhifəlik) ilə tənzimlənir. 27 üzv ölkədə tətbiq edilən bu məcəllə AB-nə vahid idxal proseduraların müəyyənləşdirir. AB-də ölkəmizdə olduğu kimi aşağıdakı idxal gömrük rejimləri mövcuddur:

- ✓ Sərbəst dövriyyə üçün buraxılış
- ✓ Tranzit
- ✓ Gömrük anbarı
- ✓ Gömrük nəzarəti altında emal
- ✓ Müvəqqəti idxal
- ✓ Azad zonalar və anbarlara giriş

Bu rejimlər üzrə idxal şərtləri və gömrük ödənişləri təxminən bizdə olduğu kimidir. Belə ki, mallar Avropa Birliyində alqı satqı obyektı olduqda və Birlik daxilində istehlak olunduqda malın idxalından gömrük rüsumu tutulur.

Tarif və qeyri tarif tədbirləri Avropa Birliyində idxala tətbiq olunan tarif və qeyri tarif tədbirləri aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Tarif tədbirləri

- ✓ İdxal tarif kvotalar – bəzi kənd təsərrüfatı malları üçün
- ✓ Mühafizə tədbirləri – idxal həcmi artırılan mallar üçün
- ✓ Anti dempinq və kompensasiya rüsumları – dempinqə və subsidiyalaşdırmaya məruz qalmış idxal olunan mallar üçün

2. Qeyri tarif tədbirləri

- ✓ Bəzi məhsullar üçün kvotalar
- ✓ İdxal lisenziyası – bəzi kənd təsərrüfatı, tekstil və metal tərkibli məhsullar üçün
- ✓ Sanitar və fitosanitar tədbirlər, texniki tələblər, keyfiyyət tələbləri
- ✓ Bəzi kənd təsərrüfatı məhsulları üçün idxal sertifikatının tətbiqi
- ✓ Konkret məhsullarla bağlı digər tədbirlər

Avropa Birliyində qida təhlükəsizliyi Avropa Birliyində insan və heyvan qidasına dair tələblər direktivlər əsasında müəyyənləşdirilib. Ümumilikdə tələblər aşağıdakı sənədlərdə öz əksini tapıb:

- ✓ Qida məhsullarında dair ümumi tələbləri müəyyənləşdirən AB-nin Qida məhsulları haqqında Qanunu (Reqlament 178/2002)
- ✓ Qida məhsullarına dair gigiyenik tələblər əks etdirən qərar (Reqlament 853/2004)

- ✓ Pestisidlər, baytarlıq dərmanları və digər maddələrə aid tələblər əks etdirən sənədlər
- ✓ GMO tərkibli məhsulların istehsalına və dövriyyəsinə dair Direktivlər
- ✓ Qablaşdırma və markalanmaya dair tələblər əks etdirən direktivlər və s.

Avropa Birliyində qida məhsullarının idxalına dair tələblər aşağıdakı məhsul kateqoriyaları üçün fərqli müəyyənləşdirilib:

1. Heyvan mənşəli məhsullar

- ✓ AB-nin siyahıya daxil etdiyi ölkə tərəfindən idxal oluna bilər
- ✓ HACCP və gigiyenik tələblərə uyğun olan məhsullar idxal oluna bilər.
- ✓ Direktivin tələblərinə cavab verir

2. Qeyri heyvan mənşəli məhsullar (bitki mənşəli və s.)

- ✓ HACCP tələblərinə uyğun olmalıdır
- ✓ Qanunvericiliyin və Direktivlərin tələblərinə uyğun istehsal edilməlidir

3. Qarışıq qida məhsulları

- ✓ HACCP tələblərinə cavab verməlidir
- ✓ Yuxarıdakı tələblərə uyğun olmalıdır və s.

Heyvan mənşəli məhsullara dair tələblər Heyvan mənşəli məhsullar üçün Avropa Birliyində aşağıdakı tələblər mövcuddur:

- ✓ Heyvan mənşəli məhsullar AB-nə siyahıya daxil edilmiş ölkələrin səlahiyyətli orqanı tərəfindən verilmiş icazə əsasında idxal oluna bilər
- ✓ Mallar sərhəddə baytarlıq nəzarət məntəqələrinə yoxlama üçün təqdim olunmalıdır
- ✓ Mallar baytarlıq yoxlaması üçün zəruri sertifikatlarla (baytarlıq sertifikatı) müşayiət olunmalıdır
- ✓ 2002/99/EC Direktivinin heyvan sağlamlığına dair tələblərinə uyğun olmalıdır
- ✓ Mümkün olduğu təqdirdə sağlamlıq və identifikasiya markasına malik olmalıdır

Bitki mənşəli məhsulların idxalına tələblər Bitki məhsulları isə aşağıdakı tələblərə cavab verdikdə idxal oluna bilər:

- ✓ Bitki və bitki məhsulları istehsaldan əvvəl, istehsal zamanı və digər mərhələlərdə qoyulmuş gigiyenik və fitosanitar tələblərə uyğun olmalıdır
- ✓ Məhsullar fitosanitar sertifikata malik olmalıdır
- ✓ Sərhəd İnspeksiya Postunda yoxlamadan keçməlidir
- ✓ Mallar sərhədə çatmamışdan qabaq məlumatlandırılmalıdır
- ✓ Bitki məhsulları ilə yanaşı bitki əlavələri, bitki məhsulları ilə əlaqədə olan materialları da tələblərə uyğun olmalıdır

Qarışıq malların (bitki və heyvan məhsulu) idxalına dair tələblər Qarışıq mallar aşağıdakı tələblərə cavab verməlidir:

- ✓ Qarışıq məhsullar gigiyenik, sanitar, fitosanitar və baytarlıq tələblərinə uyğun olmalıdır
- ✓ İstehsalı HACCP prinsiplərinə uyğun olmalıdır
- ✓ Heyvan mənşəli məhsul olduqda, AB-nin təsdiq etdiyi siyahıya daxil edilmiş ölkədən idxal olunmalıdır və s.

Ətraf mühitlə bağlı tələblər İdxal olunan malların ətraf mühitə zərərli təsirlərinin qarşısını almaq məqsədilə AB-də aşağıdakı tələblər müəyyənləşdirilib:

- ✓ İdxal olunan təhlükəli kimyəvi məhsullar nəzarətdən keçirilməlidir
- ✓ Təhlükəli dərmanlar və preparatların istehsalı, qablaşdırılması və markalanması AB-nin tələblərinə uyğun olmalıdır
- ✓ Məhsulların və onların qablaşdırılması və tullantıları AB Direktivlərinə uyğun olmalıdır
- ✓ Gübrələrə, deterjantlara, azot tərkibli maddələr dair xüsusi tələblər yerinə yetirilməlidir
- ✓ Tullantılar idxal zamanı xüsusi nəzarətdən keçirilməlidir

Məhsula dair texniki tələblər Məhsula dair təhlükəsizlik tələbləri AB-də Direktivlər və standartlarda öz əksini tapır. Məhsulun təhlükəsizliyinə dair AB üzvlərində tələblər “ilkin tələblər” kimi Direktivlərdə müəyyənləşdirilib ki, onların yerinə yetirilməsi məcburidir. Bu tələblər Yeni Yanaşma (New Approach) Direktivlərində öz əksini tapmışdır. Bu direktivlərə uyğunluq sertifikatlaşdırılması aparılmalı və müvafiq məhsullar CE uyğunluq nişanı ilə markalanmalıdır. Bu tip direktivlər tərəfindən əhatə olunan məhsulların siyahısı bu təlimata əlavə olunur (Əlavə 2-2). İlkin tələblər yerinə yetirilməyən və CE markalanmayan məhsullar AB bazarına buraxılmır. Məhsulun həmin direktivlərin tələbləri əsasında sertifikatlaşdırılması və CE markalanması qaydaları isə Qlobal Yanaşma (Global Approach) Direktivlərində əks olunmuşdur.

Məhsulun texniki xüsusiyyətlərinə dair əlavə tələblər isə harmonikləşdirilmiş standartlarda öz əksini tapmışdır ki, onlar üzrə CE markalanması könüllü xarakter daşıyır. Bu tip direktivlərə uyğunluq sertifikatlaşdırılması olmadan da mallar AB-nə idxal oluna bilər.

AB-nin qablaşdırmaya və markalanmaya dair tələbləri Qablaşdırmaya dair müvafiq bölmədə geniş məlumat verildiyindən burada sadəcə markalanmaya dair AB-nin tələblərin (yeyinti məhsulları üçün) qeyd edirik (məhsulun üzərində qeyd olunmalı məlumatlar):

- ✓ Yeyinti məhsulunun satılarkən adı
- ✓ Məhsulun tərkibi
- ✓ Məhsulun tərkibinin miqdarı
- ✓ Məhsulun qablaşdırmadan qabaq çəkisi
- ✓ Məhsulun istismar müddəti
- ✓ Saxlanma və istifadə şəraiti
- ✓ İstehsalçının adı, ünvanı və əlaqə vasitələri
- ✓ Məhsulun mənşə ölkəsi
- ✓ Məhsulun istifadə qaydaları
- ✓ Məhsulu xüsusi tərkibi – GMO, təhlükəli maddələr və s.
- ✓ Məhsullara dair spesifik tələblər- Ət və süd məhsulları, içkilər və s.

Malların Avropa Birliyinə idxalı proseduraları

Mallar Avropa Birliyinə idxalı proseduralarını aşağıdakı ardıcılıq üzrə təsvir edək.

1-ci mərhələ - Giriş Xülasə Deklarasiyasının (Entry summary declaration- ENS) doldurulması və göndərilməsi. Məhsulun idxalından əvvəl məhsulun riskin qiymətləndirmək və logistika müddətinin

yerinə yetirilməsinə nəzarət etmək üçün ixracatçı tərəfindən ENS doldurularaq Gömrük girişi ofisinə (Customs entry office) göndərməlidir. Bu sənəddə təhlükəsizliklə bağlı məlumatlar əks olunmur. Bu deklarasiya nəqliyyatın növündən asılı olaraq Birliyin sərhədinə çatmadan 1-4 saat əvvəl doldurularaq elektron formada göndərməlidir. Aşağıdakı məhsullar üçün ENS tələb olunmur:

- ✓ Elektrik enerjisi
- ✓ Boru kəməri ilə daşıma
- ✓ Şəxsi baqajda olan yüklər
- ✓ Şifahi deklarasiyasına icazə verilən məhsullar və s.

ENS-də nəqliyyatın növü, nəqliyyatın kodu, sərhəddə çatma vaxtı, çatacağı giriş ofisi və s. haqqında məlumat olur. ENS-ni malı daşıyan və ya onun adından digər bir şəxs doldurub göndərə bilər. Gömrük ofisi ENS-ni qəbul edib hər hansı risk olmadıqda ENS-ni qeydiyyatı alır və Daşınma İstinad Nömrəsi (MRN- Movement reference number) verir. ENS-nin təsdiqi haqqında məlumat malı daşıyana, ENS-ni təqdim edənə (əgər fərqli adamlardırsa) və Avropa Birliyinə birinci giriş ofisinə göndərilir. Bununla malın birinci giriş ofisinə gəlməsinə icazə verilir.

2-ci mərhələ - Malların nəqliyyat vasitəsilə giriş gömrük ofisinə çatmasına az qalmış gömrük orqanlarının risk analizinin aparılmasına hazırlıq məqsədilə çatma notifikasiyası verilməlidir. Bu MRN verməklə və ya ENS-ə aid məlumatları təqdim etməklə hər hansı formada həyata keçirilə bilər. Mal gömrük məntəqəsinə çatanda gömrük rəsmiləşdirilməsinə başlanır.

3-cü mərhələ - Malın gömrük nəzarətindən və inspeksiyalardan keçirilməsi. Mallar gömrük sərhədinə çatdıqda sonra onlara gömrük baxışı keçirilir və malın növündən asılı olaraq sanitar, fitosanitar, baytarlıq və digər inspeksiya məntəqələrində keçirilir. Yoxlamalar müsbət olduqda inspeksiya nəticələrinə dair müsbət rəy verilir.

4-cü mərhələ - Malın gömrük rəsmiləşdirilməsi. Gömrük rəsmiləşdirilməsi üçün gömrük deklarasiyası doldurularaq təqdim edilməlidir. AB-də gömrük deklarasiyası üzv ölkələri arasında razılaşdırılmış Vahid Administrativ Sənəd (Single Administrative Document -SAD) əsasında aparılır. Bu sənəd iki formada – elektron və kağız formasında təqdim oluna bilər. SAD 8 səhifədən ibarət olur və hər səhifə aşağıdakı məqsədlər üçün istifadə olunur:

- ✓ Gömrük məntəqəsində saxlanılır
- ✓ Statistika məqsədləri üçün götürülür
- ✓ İdxalçıya qaytarılır
- ✓ Tranzit rejimində götürülür
- ✓ Tranzit rejimində istifadə olunur
- ✓ Malın çatdığı son ölkənin gömrük orqanı tərəfindən götürülür
- ✓ Statistika məqsədləri üçün istifadə olunur
- ✓ Yük sahibinə qaytarılır

SAD Azərbaycanda tətbiq olunan gömrük yük bəyannaməsini əvəz edir və əhatə etdiyi məsələlər ölkəmizdə mövcud olan bəyannamənin əhatə etdiyi məsələlərlə eynidir.

Ümumilikdə SAD-da aşağıdakılar haqqında məlumat öz əksini tapır.

- ✓ Əməliyyata cəlb olunmuş tərəflər haqqında məlumat (idxalçı, ixracatçı, nümayəndə)
- ✓ Gömrük rejimi
- ✓ Mal haqqında məlumat (tarif kodu, çəkisi, sayı), yeri və qablaşdırması
- ✓ Nəqliyyat vasitəsi haqqında məlumat

- ✓ Mənşə ölkəsi, ixrac və təyinat ölkəsi haqqında məlumat
- ✓ Kommersiya və maliyyə məlumatları (incoterms, faktura dəyəri, faktura valyutası, mübadilə dərəcəsi, sığorta və s.)
- ✓ SAD-a qoşulmuş sənədlərin siyahısı (mənşə sertifikatı, nəqliyyat sənədləri və s.)
- ✓ Deklarasiya və gömrük ödəniş metodları (nağd, köçürmə və s.)

SAD-la birlikdə məhsulun növündən və idxal rejimindən asılı olaraq aşağıdakı sənədlər təqdim olunur:

- ✓ Mənşə sertifikatı (Forma A)
- ✓ Nəqliyyat sənədi (tir karnet, ata karnet və s.)
- ✓ Kommersiya inyoysu
- ✓ Gömrük dəyər deklarasiyası
- ✓ İnspeksiya sertifikatları (sağlamlıq, baytarlıq, fitosanitar)
- ✓ İdxal lisenziyası
- ✓ İdxal sertifikatı
- ✓ İnyoys deklarasiyası (GSP üçün)
- ✓ Malın yoxlama nəticələrinə dair sənədlər
- ✓ Qablaşdırma sənədi (packing list)
- ✓ Konosament (bil of lading)
- ✓ Tarif kvotasının tətbiqi üçün sənəd
- ✓ Aksiz vergilər üçün sənədlər
- ✓ ƏDV üçün sənədlər

Yuxarıda xüsusi şriftlərlə qeyd olunan sənədlər məhsula uyğun olaraq, digərləri isə istənilən halda tələb olunur. Həmin sənədlərdən bəziləri haqqında digər bölmələrdə məlumat verilmişdir. Burada yeni sənədlər haqqında qısaca məlumat verək:

Kommersiya inyoysu - idxalçı ilə ixracatçı arasında sövdələşməni sübut edən və malın faktura dəyərini əks etdirən sənəddir. İstənilən dildə ola bilər.

Ata karnet - sərgilərdə, yarmarkalarda istifadə və elmi analizlər məqsədilə AB-nə avtomobil nəqliyyatı ilə müvəqqəti idxal olunan mallar üçün tələb olunur.

Gömrük dəyəri deklarasiyası - Azərbaycanda olduğu kimi AB-də də idxal zamanı malın gömrük dəyərinə əks etdirən və onu əsasında gömrük ödənişləri tutulan sənəd olaraq gömrük dəyər deklarasiyası (malın dəyəri 10.000 Avrodan yuxarı olduqda) təqdim olunmalıdır. Bu SAD-la birlikdə təqdim olunur.

İdxal lisenziyası - AB-də bəzi mallar üçün ÜTT-nin İdxal Lisenziyalaşdırılması sazişinin müddəalarına uyğun olaraq hər gətirilən mal partiyası üçün idxal lisenziyası tələb olunur.

İdxal sertifikatı - İdxalçının tələbi əsasında AB-nin səlahiyyətli orqanı tərəfindən idxalın axınına nəzarət, eləcə də tarif kvotalarının və qoruyucu tədbirlərin tətbiqi məqsədilə bəzi kənd təsərrüfatı məhsullarına verilən sənəddir.

Qablaşdırma sənədi - kommersiya inyoysu ilə birlikdə təqdim olunan və hər 3-cü dərəcəli qabın içərisində olan qabların sayı, çəkisi, qablaşdırmanın növü, hər qabdakı malların miqdarı haqqında məlumat verən sənəddir.

Konosament – Gəmi ilə daşıma zamanı malın limanda alınmasını təsdiq edən sənəddir. Bu limanda malın gəmi sahibi tərəfindən alınmasını sübut edir və idxalçıya çatdırılır.

Gömrük ödənişlərinin hesablanması AB-də bizdə olduğu kimi aşağıdakı gömrük ödənişləri mövcuddur:

- ✓ İdxal gömrük rüsumları
- ✓ ƏDV
- ✓ Aksiz vergi
- ✓ Gömrük rəsmiləşdirməsinə görə yığım
- ✓ Anbar xidməti üçün yığım
- ✓ Digər spesifik yığımlar

Gömrük idxal rüsumları Malın gömrük rüsumu kombinə edilmiş nomenklaturada hər mal mövqeyi üçün təyin edilmiş rüsumlardır. AB-də də gömrük rüsumu advalor, spesifik və qarışıq olaraq təyin edilmişdir.

Gömrük rüsum dərəcələri AB-nin saytındaki elektron məlumat bazası (<http://exporthelp.europa.eu>) vasitəsilə təyin edilə bilər. Rüsumun hesablanma qaydasını başa düşmək üçün aşağıdakı cədvələ diqqət yetirək.

Malın adı	Faktura dəyəri	Sığorta və daşınma	Gömrük dəyəri	Gömrük rüsumu	ƏDV üçün dəyər	ƏDV	Ümumi ödəniş
Rəqəmsəl kamera	300	30	330	0 %	330	21.5 % 71.6	71.6
Ayaqqabı	450	56	506	17 % 86.02	592.02	21.5 % 127.28	213.3

Əlavə dəyər vergisi AB-də normal ƏDV dərəcəsi minimum 15 % -dir. Ancaq üzv ölkədən ölkəyə dərəcələr dəyişir (15-25 % arası). ƏDV malın gömrük dəyərinin, gömrük rüsumunun və digər gömrük ödənişlərinin cəmindən tutulur. Bəzi hallarda endirilmiş ƏDV tətbiq oluna bilər. Endirilmiş ƏDV 5-15 faiz arası ola bilər. Aşağıdakı mallar üçün endirilmiş rüsum tətbiq edilir:

- ✓ Qida məhsulları
- ✓ Su məhsulları
- ✓ Dərman vasitələri
- ✓ Tibbi avadanlıqlar
- ✓ Kitablar və digər nəşr materialları
- ✓ Sərgilərdə, muzeylərdə, yarışlarda istifadə məqsədilə gətirilən mallar və s.

Yuxarıda qeyd olunan sənədlər hazırlandıqdan, malların inspeksiya nəzarətindən keçirildikdən və gömrük ödənişləri edildikdən sonra mal gömrük sərhədindən keçirilə bilər. Mal birinci girişi ofisində bütün sənədlər təqdim edildikdən və ödənişlər ödənildikdən sonra rəsmiləşdirmədən keçir və buraxılış üçün icazə verilir. Gömrük rəsmiləşdirməsindən keçərkən hər sənəddən zəruri nüsxələr götürülərək orijinalları və ya nüsxələri geri qaytarılır. Sonra mal gömrük nəzarətindən keçirilir. Burada maşınlar xüsusi zonaya daxil edilərək rentgen aparatında keçirilir. Hər hansı şübhəli bir şey olmadıqda buraxılır, əks halda gömrük nəzarəti altında açılır.

Avropa Birliyinin GSP+ proqramına daxil edilən mallara tətbiq edilən güzəştlər

HS kodu	Mal qrupları	Əhatə dairəsi	Güzəştsiz tariflər*	GSP+
1	diri heyvanlar	məhdud	11,5	0
2	ət və əlavə ət qida məhsulları	məhdud	15,4	0
3	balıqlar və xərçəngkimilər, digər su onurğasızları	100%	22	0
4	süd məhsulları, quş yumurtası, təbii bal və heyvan mənşəli digər ərzaq məhsulları	məhdud	17,3	0+spesific
5	heyvan mənşəli sair məhsullar	100%	5,1	0
6	canlı ağaclar və sair bitkilər, kəsilmiş çiçəklər	100%	11	0
7	tərəvəzlər, meyvəköklülər və kök yumruları	geniş	11,5	0+spesific
8	yeməli meyvələr və qoz-fındıq, sitrus bitkiləri	geniş	20,8	0+spesific
9	qəhvə, çay, mate (paraqvay çayı) və ədviyyatlar	100%	12,5	0
10	dənli bitkilər	1008 90 90	37Avro	
11	un üyütmə və yarma sənayesi məhsulları, maya, nişasta	məhdud	12,2	0
12	yağlı toxum və meyvələr, digər toxum, dərman bitkiləri	100%	8,3	0
13	bitki qarışıqları və ekstraktlar	100%	19,2	0
14	bitki mənşəli sair məhsullar	100%	0	0
15	heyvan və ya bitki mənşəli piylər və yağlar	geniş	12,8	0+spesific
16	ətdən və balıqdan alınan hazır məhsullar	geniş	20	0
17	şəkər və şəkərdən hazırlanan qənnadı məmulatları	məhdud	18,7	0+spesific
18	kakao və ondan hazırlanan məhsullar	100%	9,6	0+spesific
19	taxıldan, undan və ya süddən alınan hazır məhsullar, unlu qənnadı məmulatları	100%	24,8	0+spesific
20	tərəvəz, meyvə, qoz-fındıq və bitkilərin emalı məhsulları	100%	25,6	0+spesific
21	sair müxtəlif ərzaq məhsulları	100%	17,3	0+spesific
22	spirtli və spirtsiz içkilər, sirkə	100%	9,6	0+spesific
23	yeyinti sənayesinin qalıqları və tullantıları	məhdud	12	0
24	tütün və tütünün sənaye əvəzediciləri	100%	74,9	0+spesific
25	duz, kükürd, torpaq və daş, əhəng və sement	100%	0	0
26	filizlər, şlaklar və kül	100%	0	0
27	mineral yanacaq, neft və neft emalı məhsulları	100%	0	0
28	qeyri üzvi kimyanın məhsulları, qiymətli materiallar	geniş	5,5	0
29	kimyəvi üzvi birləşmələr	geniş	6,5	0
30	əczaçılıq məhsulları	2 mal növündən başqa 100%	0	0
31	gübrələr	geniş	6,5	0
32	aşılavıcı və boyayıcı ekstraktlar, boyalar və laklar	100%	6,5	0
33	efir yağları, ətriyyat kosmetik və tualet vasitələri	100%	17,3	0
34	sabun, yuyucu vasitələr və analogi məmulatlar	100%	6,5	0
35	zülal tərkibli maddələr, nişasta və yapışqan, fermentlər	geniş	9	0

HS kodu	Mal qrupları	Əhatə dairəsi	Güəştisiz tariflər*	GSP+
36	partlayıcı maddələr, kibrit və bəzi alışqan maddələr	100%	6,5	0
37	foto və kino malları	100%	6,5	0
38	digər kimyəvi məhsullar	100%	8,3	0+spesific
39	plastik kütlələr (plastmas) və onlardan hazırlanan məmulatlar	100%	6,5	0
40	kauçuk, rezin və onlardan hazırlanan məmulatlar	100%	6,5	0
41	emal olunmamış gön (xəzdən başqa) və aşılınmış dəri	geniş	6,5	0
42	dəri məmulatları, qadın çantaları və analogi mallar	geniş	9,7	0
43	təbii və süni xəz, onlardan hazırlanan məmulatlar	100%	3,7	0
44	oduncaq və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	10	0
45	mantar və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	4,7	0
46	küləş və digər hörmə üçün materiallardan məmulatlar	100%	4,7	0
47	oduncaqdan hazırlanan kütlə və makulatura	100%	0	0
48	kağız, karton və onlardan hazırlanan məmulatlar	100%	0	0
49	kitablar, qəzetlər və digər poliqrafiya məmulatları	100%	0	0
50	ipək	100%	7,5	0
51	yun, zərif və ya qaba heyvan tükü	100%	8	0
52	pambıq	100%	8	0
53	digər bitki mənşəli toxuculuq lifləri, pambıq iplik, pambıq iplikdən parçalar	100%	8	0
54	kimyəvi saplar	100%	8	0
55	kimyəvi liflər	100%	8	0
56	pambıq, keçə və sair toxunmamış materiallar, kəndir, ip	100%	8	0
57	xalçalar və digər toxunma döşəmə örtükləri	100%	8	0+spesific
58	xüsusi parçalar, krujeva, qobelen tikmələr	100%	8	0
59	hopdurulmuş, üzlüklü toxuculuq materialları	100%	8	0
60	maşınla və ya əllə toxunma trikotaj parçalar	100%	8	0
61	toxunmuş trikotaj geyim əşyaları və ləvazimatları	100%	12	0
62	paltar və geyim ləvazimatları (trikotajdan başqa)	100%	12	0
63	digər hazır toxuculuq məmulatları, işlənmiş geyimlər	100%	12	0
64	ayaqqabı, ketlər və analogi məmulatlar	100%	17	0
65	baş geyimləri və onların hissələri	100%	5,7	0
66	çətirilər, çəliklər, oturaqlar, qırmanc, qamçılar və onların hissələri	100%	4,7	0
67	lələk və quş tükü, süni güllər, quş tükü və insan saçından hazırlanan məmulatlar	100%	4,7	0
68	daş, gips, sement, asbest, slyuda, və analogi materiallardan məmulatlar	100%	3,7	0

HS kodu	Mal qrupları	Əhatə dairəsi	Güzəştətsiz tariflər*	GSP+
69	keramika məmulatları	100%	12	0
70	şüşə və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	11	0+specific
71	mirvari, qiymətli daşlar, qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar, bijuteriya, sikkələr	100%	4	0
72	qara metallar	100%	7	0
73	qara metallardan məmulatlar	100%	3,7	0
74	mis və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	5,2	0
75	nikel və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	3,3	0
76	alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	10	0
78	qurğuşun və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	5	0
79	sink və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	5	0
80	qalay və ondan hazırlanan məmulatlar	100%	0	0
81	digər az qiymətli metallar, metal keramikası	100%	9	0
82	azqiymətli metallardan alətlər, qurğular, bıçaq, qaşığıq və çəngəllər	100%	8,5	0
83	azqiymətli metallardan hazırlanan digər məmulatlar	100%	2,7	0
84	nüvə reaktorları, qazanlar, avadanlıq və mexaniki qurğular, onların hissələri	100%	4,5	0
85	elektrik maşınları və avadanlıqları, aparatura onların hissələri	100%	14	0
86	dəmiryol lokomotivləri və tramvay vaqonları, digər dəmiryol nəqliyyat vasitələri	100%	3,7	0
87	quru nəqliyyat vasitələri (dəmiryol nəqliyyat vasitələrindən başqa) və onların hissələri	100%	22	0
88	uçan aparatlar, kosmik aparatlar və onların hissələri	100%	7,5	0
89	gəmilər, qayıqlar və üzən konstruksiyalar	100%	2,7	0
90	optik, fotoqrafik, ölçü, nəzarət, tibbi və ya cərrahiyyə alətləri və aparatları	100%	6,7	0
91	bütün növ saatlar və onların hissələri	100%	6	0+specific
92	musiqi alətləri, onların hissələri və ləvazimatları	100%	4	0
93	silah və döyüş sursatı, onların hissələri və ləvazimatları	100%	5,7	0
94	mebel, yataq ləvazimatları, işıqlandırıcı avadanlıqlar, yığma inşaat konstruksiyaları	100%	4,7	0
95	oyuncaqlar, oyunlar və idman avadanlıqları	100%	7,7	0
96	müxtəlif hazır məmulatlar	100%	6,7	0
97	incəsənət əsərləri, kolleksiya əşyaları və antikvariat	100%	0	0

Məcburi tətbiq olunan direktivlər tərəfindən əhatə olunan məhsullar

<i>Directive</i>	<i>Direktivlər</i>
Low voltage Equipment	Aşağı gərginlikli avadanlıq
Electromagnetic Compatibility	Elektromaqnit uyğunluq
Simple Pressure Vessels	Adi Təzyiqli Qablar
Pressure Equipment	Təzyiqli avadanlıq
Toy Safety	Oyuncaq Təhlükəsizliyi
Construction Products	Tikinti materialları
Personal Protective Equipment	Şəxsi Mühafizə Ləvazimatı
Machinery	Maşın Avadanlıqları
Non-Automatic Weighing Equipments	Mexaniki tərzilər
Implantable Medical Devices	İmplantasiya Edilə bilən Tibbi Vasitələr
Gas Appliances	Qaz cihazları
Hot-Water Boilers (efficiency requirements)	Suqızdıran Qazanlar (faydalı iş əmsali üzrə tələblər)
Explosives for Civil Uses	Mülki istifadə üçün Partlayıcı Vasitələr
Medical Devices	Tibbi cihazlar
Potentially Explosive Atmospheres	Potensial Partlayış təhlükəsi olan Mühit
Recreational Craft	İstirahət üçün gəmilər
Lifts	Lifflər
In Vitro Diagnostic Medical Devices	Süni Şəraitdə Diaqnoz Qoymaq üçün Tibbi cihazlar
Telecommunications Terminal Equipment	Telerabitə Terminal Avadanlığı
Cableway Installations Designed To Carry Persons	İnsanların Daşınmasına Xidmət Edən Asma Kabel Qurğuları
Measuring Equipments	Ölçmə Avadanlıqları
<i>Directives Based on the Principles of the New and Global Approach</i>	<i>Yeni və Qlobal Yanaşma Prinsiplərinə əsaslanan Direktivlər</i>
Energy Efficiency Requirements for Household Electric Refrigerators, Freezers and Combinations thereof	Məişət –elektrik Soyuducuları, Dondurucu Cihazlar və Birləşdirilmiş Hissələr üçün elektrik enerjisindən səmərəli istifadə üzrə tələblər
Transportable Pressure Equipment	Daşına Bilən Təzyiqli Avadanlıq
Noise Emission In The Environment By Equipment for Use Outdoors	Çöl şəraitində istifadə edilən Avadanlığın Mühitə Saldığı Səs

<i>Directive</i>	<i>Direktivlər</i>
Energy Efficiency Requirements For Ballasts for Fluorescent Lighting	Fluoresent işıqlandırma üçün Ballastlara qoyulan elektrik enerjisindən səmərəli istifadə tələbləri
<i>Directives based on the Principles of the New Approach Which Do Not Provide for CE Marking</i>	<i>CE Nişanı üçün nəzərdə Tutulmayan Yeni Yanaşma Prinsiplərinə əsaslanan Direktivlər</i>
Packaging and Packaging Waste	Qablaşdırma və Qablaşdırma Materiallarının Tullantıları
İnteroperability Of The Trans-European High Speed Rail System	Trans-Avropa Yüksək Sürətli Rels Sisteminin Funksional Uyğunluğu
İnteroperability Of The Trans-European Conventional Rail System	Trans-Avropa Standart Rels Sisteminin Funksional Uyğunluğu
Marine Equipment	Gəmiçilik Avadanlığı
Waste electrical and electronic equipment	Tullantı elektrik və elektron avadanlığı
Energy labelling of household appliances	Ev əşyalarının enerji etiketləşdirməsi
Chemicals	Kimyəvi maddələr
• Detergents	• Təmizlik məhsulları
• Fertilizers	• Gübrələr
• Drug precursors	• Dərman prekursorları
• Good Laboratory Practice	• Yaxşı Laboratoriya Təcrübəsi
• Classification, packaging and labeling - Detergents	• Təsnifat, qablaşdırma və etiketləşdirmə
Tekstil məhsulları	Textile
Ayaqqabı	Footwear
Kənd təsərrüfatı və meşəçilik traktorları	Agricultural and forestry tractors
İki və ya üç təkərli avtomobillər	Two or three-wheel motor vehicles
Avtomobillər və onların qoşquları	Motor vehicles and their trailers Textiles
Kosmetik məhsullar	Cosmetics products



MODUL III

MODUL III. QABLAŞDIRMA VƏ SERTİFİKATLAŞDIRMA

Qablaşdırmanın mahiyyəti və növləri

Məlum olduğu kimi, qablaşdırmanın məqsədi məhsulun təhlükəsiz və göstəricilərinin normativlər çərçivəsində saxlanması, daşınması və istehlakçılara çatdırılmasına nail olmaqdan, habelə istehlakçıları məhsul haqqında zəruri məlumatlarla təmin etməkdən ibarətdir.

Qablaşdırmada həyata keçirilərkən nəzərə alınan əsas məsələlər onun təmasda olduğu məhsula, ondan istifadə edən insana və ətraf mühitə təsiri və qablaşdırmanın istehlakçılara daşdığı məlumatlardır. Qeyd edilən məsələlər üzrə tələbləri yerinə yetirmək üçün məhsul istehsalçıları və ixracatçılar qablaşdırma zamanı istifadə etdikləri materiallara və onlardan istifadə miqdarına, qablaşdırma üsuluna və qablaşdırmanın keyfiyyətinə və daşdığı məlumatlarla xüsusi önəm verməlidirlər. Bu məsələlər əhəmiyyətin nəzərə alaraq onlar haqqında qısa da olsa əlavə məlumat verəcəyik.

Qablaşdırmanın növlərini onların məhsulla təmasda olmasına görə əsasən 3 cür təsnifləşdirmək olar:

- ✓ **Məhsulun qablaşdırılması** – məhsulun son istehlakçıya çatdırılması üçün qablaşdırılması. Buna birinci dərəcəli qablaşdırma da deyilir və məhsulla birbaşa təmasda olur (məsələn, çay paketi)
- ✓ **Məhsulların qrupunun qablaşdırılması** – məhsulların qrupunun topdansatış məntəqələrində satışı və daşınması üçün qablaşdırılması. Buna ikinci dərəcəli qablaşdırma deyilir və bu məhsulla birbaşa təmasda olmur (məsələn, çay paketlərinin yerləşdirildiyi tara)
- ✓ **Daşınma üçün qablaşdırma** – malların daşınmasını asanlaşdırmaq və onlara daşınma zamanı dəyər bilən zərərləri azaltmaq, eləcə də daşınan mallar haqqında asan məlumat əldə etmək üçün mal qrupunun qablaşdırılmasıdır (məsələn, çay paketlərinin taralarının qrup şəklində yerləşdirildiyi konteynerə yüklənmək üçün daha böyük paketlər)

Malın qablaşdırılmasına, xüsusilə istifadə olan materiallara dair tələblər onun hansı növə aid olmasına əsasən təyin edilir. Məsələn, birinci dərəcəli qablaşdırma məhsulla birbaşa təmasda olduğundan ona əsas tələb qabın daşdığı məhsulla hər hansı bir kimyəvi reaksiyaya girməməsi, eləcə də məhsulun xüsusiyyətindən asılı olaraq qabın içərisinə hava buraxmaması və məhsulun göstərilən müddətə qədər istifadəyə yararlığın təmin etməsidir. İkinci dərəcəli qablaşdırmada isə əsasən onun daxilində yerləşdiriləcək qabların asan düzülə bilməsi, birinci dərəcəli qabların zədələnməməsi üçün onun möhkəmliyi və s. məsələlər üzrə tələblər yerinə yetirilir.

Qablaşdırmanın xüsusiyyətləri

Nə qədər idxal-ixrac proseduralarında seçilən gömrük rejiminin əhəmiyyəti var, bir o qədər də qablaşdırmanın xüsusiyyətlərinin onun aparılmasında əhəmiyyəti vardır. Belə ki, qablaşdırma zamanı onun ətraf mühitə, təmasda olduğu məhsula və məhsulu istehlak edən insanlara təsirləri üzrə balanslaşdırılmış müsbət nəticələrə nail olmaq üçün qablaşdırmanı onun xüsusiyyətlərinə uyğun həyata keçirmək lazımdır.

Azərbaycanda və inkişaf etmiş ölkələrdə, xüsusilə Avropa Birliyində qablaşdırma üçün aşağıdakı xüsusiyyətlər əsas götürülür ki, həmin ölkələrə mal ixrac edən iş adamları öz məhsulların həmin xüsusiyyətlə əsasında qablaşdırılmalıdırlar.

Fiziki gücü Qablaşdırma elə fiziki gücə malik olmalıdır ki, o malların normal daşınması və saxlanması, temperatur dəyişikliyi, titrəyişə məruz qaldığı zamanı malın ilkin tərkibinin mühafizəsinə imkan versin.

Maneələrdən mühafizə Qablaşdırma elə olmalıdır ki, malın tərkibin xarici mühitin təsirindən (oksigen, günəş, radiasiya, rütubət, hava axını) qoruya bilsin və məhsulun ətraf mühitə əks təsirinin qarşısını alsın. Nəticədə malın nəzərdə tutulmuş müddətdə istehlaka yararlı vəziyyətdə qalmasını təmin etsin.

Məhsula və ətraf mühitə mənfi təsir etməməsi Qablaşdırma, xüsusilə malla birbaşa təmasda olan qablaşdırma gigiyenik cəhətdən elə olmalıdır ki, onunla məhsul arasında hər hansı zərərli kimyəvi proses getməsin və ətraf mühitlə də eyni tip reaksiya baş verməsin. Məhsulun qablaşdırılmasında istifadə edilən qablaşdırma materialının məhsulun tərkibindən asılı olaraq hər hansı bir reaksiyaya girmə ehtimalı varsa, onda onun məhsulla təmasda olan daxili səthinə əlavə izolyasiya vasitəsi çəkilməlidir.

Açılma və təkrar açılma Qablaşdırma nəzərdə tutulan sayda onun açılmasına və təkrar açılmasına imkan verməlidir.

İnformasiyanın ötürülməsi Qablaşdırma məhsul, ondan istifadə və təhlükəsizliyi haqqında zəruri məlumatları istehlakçılara ötürməlidir.

Qablaşdırmanın qeyd edilən xüsusiyyətləri onun növünə (1-ci, 2-ci və 3-cü dərəcəli olmasına) görə seçilir

Qablaşdırma ömrünün yetərliyi Qablaşdırmanın ömrü məhsulun istismar müddəti bitənədək olmalıdır və bu müddətdə məhsul və ətraf mühitin təsirindən məhsulu qorumaqla bağlı öz funksiyasını yerinə yetirmək qabiliyyətini itirməməlidir.

Asan istifadəyə yararlığı Qablaşdırma malın götürülməsi, əldə saxlanması, daşınması, yerləşdirilməsi və qabdan asan çıxarılmasına imkan verməlidir.

İstehlakçıların düzgün təəssüratı Qablaşdırma elə olmamalıdır ki, istehlakçılarda məhsulun mahiyyəti, kəmiyyəti və keyfiyyəti haqqında düzgün təəssürat yaratsın. Ona görə qablaşdırma malın çəkisinə uyğun olmalı, öz funksiyalarını (təhlükəsizlik, kənar təsirlərdən mühafizə və s.) yerinə yetirmək qabiliyyəti olmaq şərtilə onda istifadə olunan materiallar minimum miqdarda olmalıdır.

İnsan sağlamlığı və təhlükəsizliyinə təsiri Qablaşdırmada istifadə olunan materiallar onunla təmasda olan insanların sağlamlığına, təhlükəsizliyinə zərərli olmamalıdır.

Ətraf mühitə təsiri Qablaşdırmada istifadə olunan materialların ətraf mühitə də zərərli təsiri olmamalı və onlar maksimum təkrar istifadəyə, bərpa edilməyə və təkrar emal edilərək istifadə edilməyə yararlı olmalıdır, eləcə də məhsul istehlak edildikdən sonra onun qablaşdırılmasından ətraf mühitə minimum tullantı çıxmalı və tullantı enerji məqsədləri üçün istifadə edilə bilməlidir.

İstifadə qaydaları Qablaşdırma ondan istifadə qaydaları, hər hansı təhlükələr, açılması, bağlanması və saxlanması qaydalarını özündə əksini etdirməlidir.

Qablaşdırma üsulları

Məhsulun qablaşdırma üsulu onun növündən, xüsusiyyətindən, kənar təsirlərə reaksiyasından və tərkibindən asılı olaraq təyin edilir. Hazırda bir çox qablaşdırma üsulları mövcuddur ki, onlarda əsas istifadə olunanları aşağıdakılardır:

- ✓ mexaniki qablaşdırma
- ✓ vakuum qablaşdırması
- ✓ qab konfigurasiyası
- ✓ doldurma
- ✓ presləmə və s.

Qablaşdırma materialları və avadanlıqları

Məhsulun xüsusiyyətindən, qablaşdırma növündən və xüsusiyyətindən asılı olaraq qablaşdırmada istifadə olunan materiallar təyin edilməlidir. Əgər qablaşdırma materialı yuxarıda qeyd edilən hər hansı xüsusiyyətə malik deyilsə o məhsulun qablaşdırılması üçün yararlı hesab edilə bilməz. Hazırda ölkəmizdə və xaricdə qablaşdırma zamanı əsasən aşağıdakı materiallardan istifadə olunur:

Qablaşdırmada ən çox istifadə olunan materiallar aşağıdakılardır:

- ✓ Metal
- ✓ Kağız və karton
- ✓ Plastik
- ✓ Şüşə
- ✓ Taxta
- ✓ Alüminium
- ✓ Tekstil
- ✓ Polietilen
- ✓ Polipropilen və s.



Qablaşdırma avadanlıqlarına gəldikdə isə indi müasir texnologiyalar əsaslanan qablaşdırma avadanlıqlarında istifadə olunur ki, onlar insan əli dəymədən məhsulun birinci və ikinci dərəcəli qablaşdırmasını aparmağa imkan verir. Hazırda yüzlərlə qablaşdırma avadanlıqları mövcuddur ki, onlardan bir neçəsini aşağıda qeyd edirik:

- ✓ Vakuum qablaşdırma maşınlar
- ✓ Butulka qabağı üçün avadanlıq, qapağı bağlayan və açan maşınlar
- ✓ Tara, qutu qablaşdırıcı, açan, ağzın bağlayan maşınlar
- ✓ Karton maşını
- ✓ Təmizləyici, sterilizəedici və qurulayıcı maşınlar
- ✓ Konversiya maşınları
- ✓ Doldurucu maşınlar
- ✓ Yoxlayıcı maşınlar
- ✓ Markalayıcı maşınlar



Qablaşdırmanın mərhələləri

Hazırkı dövrdə qablaşdırma əsasən avtomatlaşdırılmış aparıldığından mərhələlər də istifadə olunan avadanlıq tərəfindən tənzimlənilir. Ancaq ümumilikdə qablaşdırmanın mərhələləri aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar.

- ✓ Müvafiq məhsulun qablaşdırılmasına dair milli və məhsul ixrac ediləcək ölkələrin tələblərinin müəyyənləşdirilməsi
- ✓ Həmin tələblərə uyğun qablaşdırma materialının seçilməsi və ya istehsal edilməsi
- ✓ Tələblərin yerinə yetirilməsinə imkan verən qablaşdırma avadanlıqlarının əldə edilməsi
- ✓ Qablaşdırmanın məhsullar təmasda olmasına və təyinatına görə onun növünün seçilməsi
- ✓ Məhsulun növündən və tərkibindən asılı olaraq qablaşdırma üsulunun seçilməsi;
- ✓ Qablaşdırmanın tələblərə uyğun aparılması
- ✓ Qablaşdırmanın tələblərə uyğunluğunun yoxlanması və keyfiyyətinə nəzarət
- ✓ Qablaşdırmanın markalanması

Qablaşdırmaya dair Azərbaycanda və Avropa Birliyində mövcud olan tələblər

Ölkəmizdə məhsulların qablaşdırılmasına dair tələblər özünü əsasən aşağıdakı mənbələrdə tapıb:

- ✓ Müvafiq qanunvericilik aktında- məsələn, Yeyinti məhsulları haqqında, İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında və digər normativ hüquqi aktda
- ✓ Qablaşdırmaya dair ümumi standartlarda və digər normativ sənədlərdə
- ✓ Hər məhsula aid standartda və ya texniki şərtə
- ✓ Müəssisə daxili təlimatlarda və standartlarda

Qanunvericilikdə qablaşdırma haqqında tələblər yalnız “müvafiq normativ-texniki sənədin tələblərinə uyğun həyata keçirilməlidir” kimi öz əksini tapmışdır ki, bu da normativ sənədlərə istinad deməkdir. Deməli, əsas tələblər standartlarda öz əksini tapmışdır. Azərbaycanda qablaşdırma ilə bağlı standartlarda müəyyənləşdirilən tələblər 2 formada mövcuddur:

Hər məhsula dair standartın müvafiq bəndində. Məhsula dair standartın bəndində qablaşdırma üsulları və materialları ilə bağlı aşağıdakı məsələlər öz əksini tapır:

- ✓ İstifadə olunmuş materiallarla yanaşı məhsulun qablaşdırmaya hazırlıq qaydaları
- ✓ İstehlak nəqliyyat tarası, o cümlədən təkrar istifadəli tara, qablaşdırmada istifadə olunan köməkçi vasitələr
- ✓ Daşınma şəraitindən asılı olaraq (tarada, tarasız) qablaşdırma üsulları
- ✓ Məhsulun düzülmə üsulları və yerləşdirilmə qaydaları
- ✓ Qablaşdırma zamanı tarada yerləşdirilən sənədlərin siyahısı və onların qablaşdırılma üsulları və s.

Qablaşdırma ilə bağlı ümumi standartlarda. Qablaşdırmaya dair ümumi tələblər isə müvafiq QOST standartlarında öz əksini tapmışdır ki, bu tələblər bütün növ məhsulların qablaşdırılmasına şamil edilə bilər. Bu cür standartda misal QOST 14192-96 standartını göstərmək olar ki, istehsalçılar bu standartı internet saytdan (www.tehlit.ru) götürülə bilər.

Avropa Birliyinin qablaşdırma ilə bağlı tələblərinə gəldikdə isə burada əsas tələblər qablaşdırmanın ətraf mühitə mənfi təsirinin qarşısının alınması, eləcə də tullantıların miqdarının minimuma endirilməsi ilə bağlıdır. Ona görə də Avropa Birliyində qablaşdırmanın təkrar istifadə, emal edilərək təkrar istifadə və enerji məqsədləri üçün bərpa edilməyə yararlılığı əsas götürülür. Bununla bağlı aşağıdakı hədəflər müəyyənləşdirilib:

- ✓ 60 % qablaşdırma tullantılarının enerji məqsədləri üçün bərpası
- ✓ 55 % qablaşdırma materialı təkrar emala yararlı olmalıdır
- ✓ 60 % şüşə, 60 % kağız, 50 % metal, 22, 5 % plastik və 15 % taxta qablaşdırma materialının emal edilməsi

Birlikdə qablaşdırmaya dair tələbləri “Qablaşdırma və qablaşdırma üzrə tullantılara” dair Direktivlə (94/62/EC) və digər normativ sənədlərlə müəyyənləşdirilir. Digər sənədlər isə aşağıdakılardır:

- ✓ Direktiv 2004/12/CE- Qablaşdırma üzrə terminlər
- ✓ Direktiv 2005/20/CE
- ✓ Qablaşdırma ilə bağlı EN standartları
- ✓ Qablaşdırma və ətraf mühit üzrə Avropa Birliyinin sənədləri
- ✓ Milli qanunvericiliklər






Markalanma

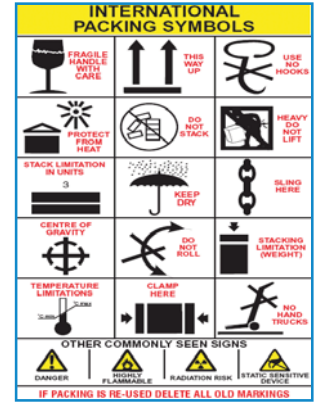
Markalanma dedikdə məhsulun qabının üzərinə yerləşdirilən yazılar, işarələr və digər kombinasiyalı elementlərin müxtəlif üsullarla yerləşdirilməsi nəzərdə tutulur. Markalanmanın əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, məhsul, onun tərkibi, istifadə qaydaları, təhlükəsizlik göstəriciləri və digər zəruri məsələlər haqqında informasiyalar istehlakçılara və digər tərəflərə məhz markalanma vasitəsilə daşınır.

Markalanmaya dair tələblərə əsasən markalanmanın məzmunu, dili, markalanma yeri və üsulu ilə bağlıdır. Azərbaycanda markalanma ilə bağlı tələblər qablaşdırmadan fərqli olaraq müvafiq qanunvericilik aktlarında açıq şəkildə göstərilib. Bura aşağıdakılar daxildir:

- ✓ Markalanmada məhsulun adı, növü və tərkibi, istifadə sahəsi və qaydaları, istehsal tarixi və yararlılıq müddəti, saxlanma şərtləri, istehsalçının adı, ünvanı və normativ sənədlərdə tələb olunan digər məlumatlar əks olunur
- ✓ Azərbaycan Respublikasının ərazisində istehsal edilən, habelə ixrac edilən malların üzərindəki etiketlər və digər yazılar müvafiq xarici dillərlə yanaşı, dövlət dilində də olmalıdır. Azərbaycan Respublikasına idxal edilən yeyinti məhsullarının üzərindəki etiketlər və adlar, onlardan istifadə qaydaları barədə izahat vərəqələri başqa dillərlə yanaşı, Azərbaycan dilinə tərcüməsi ilə müşayiət olunmalıdır
- ✓ Kimyəvi və bioloji preparatlarla işlənmiş kənd təsərrüfatı məhsullarının taraları üzərində müvafiq xəbərdarlıq yazıları və nişanları olmalıdır.
- ✓ Müvafiq qaydada qablaşdırılmış və etiketləşdirilmiş yeyinti məhsullarına əmtəə nişanları və ştrixli kodlar vurulur
- ✓ Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq hüququ verən sənədin nömrəsi, onu təsdiq edən orqanın adı, zəruri hallarda onun sertifikatlaşdırılması (AZS), xüsusi tələblərə cavab verən mallar (işlər, xidmətlər) üçün isə dövlət standartlarının nömrəsi haqqında məlumat verilməlidir
- ✓ Ekoloji təmiz məhsullar sertifikatlaşdırıldıqdan sonra “ekoloji təmiz” markası vurulur
- ✓ Yeyinti məhsuluna "müalicəvi", "pəhriz" və onlara bərabər tutulan adların verilməsinə və reklam xarakterli digər məlumatların etiketdə yerləşdirilməsinə yol verilmir

Markalanmada istifadə olunan işarələr gəldikdə isə onlar təyinatından və məhsulun istehsal edildiyi regiondan asılı olaraq dəyişir və 100-lə bu cür markalar mövcuddur. Maraqlı olan müvafiq internet saytlara müraciət edə bilərlər (məs. www.labelsourceonline.co.uk). Biz burada yalnız qablaşdırmaya dair işarələr haqqında məlumat verəcəyik ki, onlarda aşağıdakılardan ibarətdir:

-  – təkrar emal olunmağa yararlılıq
-  – 1-ci dərəcəli partlayıcı maddə
-  – günəşdən altında saxlamayın
-  – kövrəkdir
-  – təkrar istifadə üçün yararlı



Avropa Birliyində markalanmaya dair tələblərə gəldikdə isə burada tələblər məhsulun növündən asılı olaraq dəyişir. Yeyinti məhsullarının markalanmasına dair tələblər Birliyin 79/112/EEC Direktivində öz əksini tapmışdır. Yeyinti məhsulları ilə bağlı əsas tələblər aşağıdakılardır:

- ✓ yeyinti məhsulunun satılarkən adı
- ✓ məhsulun tərkibi
- ✓ məhsulun tərkibinin miqdarı
- ✓ məhsulun qablaşdırmadan qabaq çəkisi
- ✓ məhsulun istismar müddəti
- ✓ saxlanma və istifadə şəraiti
- ✓ istehsalçının adı, ünvanı və əlaqə vasitələri
- ✓ məhsulun mənşə ölkəsi
- ✓ məhsulun istifadə qaydaları
- ✓ məhsulu xüsusi tərkibi – GMO, təhlükəli maddələr və s.
- ✓ məhsullara dair spesifik tələblər- Ət və süd məhsulları, içkilər və s.

Sertifikatlaşdırmanın məqsədi və əhəmiyyəti

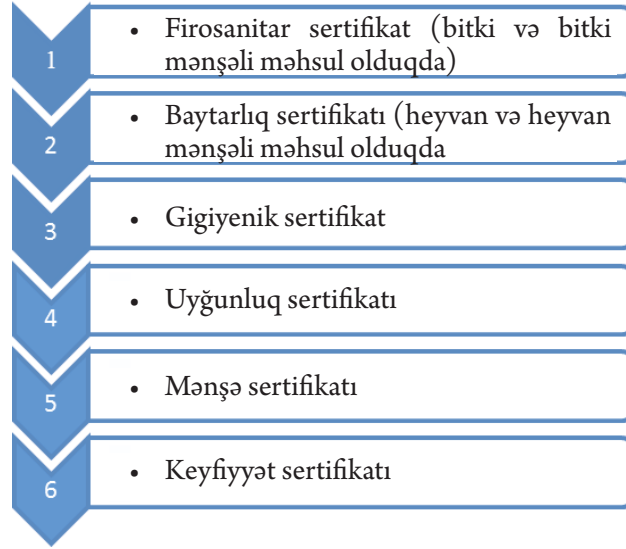
Məlum olduğu kimi məhsulların sertifikatlaşdırılmasında məqsəd onların qoyulmuş tələblərə, eləcə də insan, heyvan və bitkilərin sağlamlığına və təhlükəsizliyinə, ətraf mühitin mühafizəsinə dair tələblərə uyğun olduğunu təsdiq etməkdir. Məhsulların sertifikatlaşdırılması onların sərbəst dövriyyəsinə, məhsulların təkrar sertifikatlaşdırma aparmadan idxal-ixracına şərait yaradır.

Azərbaycanda məhsulların sertifikatlaşdırılması onların istehsalı, emalı, idxalı və ixracı səviyyəsində aparılır. Bəzi sertifikatlar hər mal partiyasına, bəzi sertifikatlar isə istehsalata verilir. Ona görə hər mal partiyasına satış, idxal və ixrac edilmək üçün ayrıca, istehsalata isə müəyyən müddət üçün verilir ki, bu müddət ərzində istehsal olunan mallar həmin sertifikat əsasında satıla bilər.

Azərbaycanda malların ixrac olunması üçün və ümumiyyətlə daxili bazarda satılması üçün aşağıdakı sertifikatların alınması tələb olunur:

- ✓ *Mənşə sertifikatı* – bütün məhsullar üçün
- ✓ *Keyfiyyət sertifikatı* – Avropa Birliyinə ixrac olunan yeyinti məhsulları üçün
- ✓ *Baytarlıq şəhadətnaməsi* – diri heyvan və kəsilmiş ət üçün
- ✓ *Gigiyenik sertifikat* – bütün məhsullar üçün
- ✓ *Fitosanitar sertifikat* – bitki və bitki mənşəli məhsullar üçün;
- ✓ *Uyğunluq sertifikatı* – əksər məhsulları üçün

Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi qanunvericilikdə ixrac üçün mənşə və keyfiyyət sertifikatı göstərilə də, ancaq bunların əldə edilməsi üçün digər sertifikatların da təqdim edilməsi lazımdır. Ümumilikdə yuxarıda qeyd edilən sertifikatların alınması ardıcılığı aşağıdakı kimidir:



Bu təlimatın “Gömrük və gömrük yük bəyannaməsi” bölümündə məlumat verildiyi kimi keyfiyyət sertifikatı yalnız Avropa Birliyinə ixrac üçün tələb olunur. Digər sertifikatlar isə digər ölkələr mal ixracı zamanı mali müşayiət edən sənədlərin siyahısına daxil edilməlidir. Sertifikatları verən orqanların adları haqqında isə həmin bölmədə məlumat verildiyindən burada təkrara yol vermirik. Adı çəkilən sertifikatların alınması proseduru haqqında ayrılıqda qısa məlumat verək.

Fitosanitar sertifikatın alınması proseduru

Fitosanitar sertifikat bitki, meyvə, tərəvəz və onlardan hazırlanan mal partiyasına və ya yükə verilir. İxracatçı sertifikat almaq üçün Fitosanitar Nəzarət üzrə Dövlət Xidmətinə müraciət etməli və aşağıdakı tələb olunan sənədləri təqdim etməlidir:

- ✓ dövlət qeydiyyatı haqqında sənəd
- ✓ Dövlət Rüsümü haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununa əsasən 1 nəqliyyat vasitəsinə görə nəzərdə tutulan 1 manat rüsumunun ödənilməsinə dair qəbz
- ✓ bitki və bitkiçilik məhsullarının təsviri sənədi

Sənədlər təqdim edildikdən sonra məhsula fitosanitar karantin baxışı aparılır. İxrac olunan yüklərə ətraflı fitosanitar karantin baxışı ilk yüklənmə yerində, hava, dəniz və çay limanlarında, dəmiryol stansiyalarında və digər təkrar yüklənmə məntəqələrində (ixrac partiyasının formalaşması zamanı) həyata keçirilir. Mallarda hər hansı uyğunsuzluq aşkarlanmadıqda daxili karantin sertifikatı verilir. Daxili karantin sertifikatı 2 nüsxədə hazırlanır, biri mal sahibinə verilir, digəri yerli Karantin Xidmətində qalır. Daxili karantin sertifikatının verilməsi barədə Dövlət Xidmətinin yerli qurumu tərəfindən dərhal məhsulun respublikadan ixrac olunduğu sərhəd fitosanitar nəzarəti məntəqəsinə bildiriş göndərilir. Mal sərhəd karantin xidmətinə gətirilərkən xidmət tərəfindən mala vizual karantin baxışı keçirilir və uyğunsuzluq olmadıqda xidmət tərəfindən 2 nüsxədə hər nəqliyyat vahidinə sertifikat (Əlavə 3-1) verilir. Onun bir nüsxəsi ərizəçiyə (yük sahibinə) verilir, digər nüsxəsi isə Dövlət Xidmətinin sərhəd fitosanitar nəzarəti məntəqəsində saxlanılır.

İxrac olunan yüklər sərhəddə fitosanitar nəzarəti məntəqəsində boşaldılmadan birbaşa xarici dövlətlərə göndərilərkən, bitki və bitkiçilik məhsulları mal partiyası formalaşdığı və göndəriləndiyi yerlərdə qablaşdırılır, plomblanır və nəqliyyat vasitələrinə yüklənir. Həmin yükə Dövlət Xidmətinin yerli qurumları tərəfindən 3 nüsxədə fitosanitar sertifikatı hazırlanır və onun bir nüsxəsi həmin qurumda saxlanılır, iki nüsxəsi isə ərizəçiyə verilir. Ərizəçi yükü sərhədə çatdırdıqda, fitosanitar sertifikatının bir nüsxəsini Dövlət Xidmətinin fitosanitar nəzarəti məntəqəsinə verməlidir və yük açılmadan, bölünmədən, digər yüklərə qarışdırılmadan və yenidən qablaşdırılmadan müəyyən olunmuş qaydada üzərində, gömrük tələblərinə riayət etməklə, vizual fitosanitar karantin baxışı həyata keçirilərək yola salınmalıdır.

Tranzit olunan bitki və bitkiçilik məhsulları Azərbaycan Respublikasının ərazisində dövriyyəyə olduqda, hissələrə bölündükdə, digər yüklərə birləşdirildikdə və ya yenidən qablaşdırıldıqda Dövlət Xidməti tərəfindən gömrük tələblərinə riayət edilməklə müəyyən olunmuş qaydada fitosanitar karantin baxışı aparılır, lazım gəldikdə müvafiq fitosanitar tədbirləri həyata keçirilir və təkrar ixracat fitosanitar sertifikatı verilir. Təkrar ixracat fitosanitar sertifikatı 2 nüsxədən ibarət hazırlanır, bir nüsxəsi yük sahibinə verilir, digər nüsxəsi isə Dövlət Xidmətinin müvafiq qurumunda saxlanılır.

Baytarlıq sertifikatının alınması proseduru

Baytarlıq şəhadətnaməsi heyvanlara, kəsilmiş ətlərə və heyvan mənşəli məhsullara verilir. Şəhadətnaməni əldə etmək üçün Dövlət Baytarlıq Xidmətinə aşağıdakı sənədlər təqdim olunmalıdır:

- ✓ Ərizə
- ✓ məhsul barədə məlumat
- ✓ məhsulun adı və miqdarı (hər növ üzrə)
- ✓ məhsulun mənşəyi barədə məlumat
- ✓ məhsulun yekun təyinatı və istifadə yeri

Tələb olunan sənədlər verildikdən və Dövlət Rüsümü haqqında Qanunda nəzərdə tutulan 5 manat dövlət rüsümü ödədikdən sonra xidmət məhsulu baytarlıq müayinəsindən keçirir. Uyğunsuzluq aşkar olduqda imtina edilir, aşkar edilmədikdə isə həmin gün şəhadətnamə (Əlavə 3-2) verilir. İdxal olunan məhsullara verilən baytarlıq sertifikatı məhsul müayinədən keçirilərək baytarlıq şəhadətnaməsi ilə əvəz edilir. Su, hava və dəmiryol nəqliyyatı ilə daşınan məhsullara şəhadətnamə 2 nüsxədə verilir, biri yükü müşayiət edənə, biri isə yük sahibinə verilir. Baytarlıq şəhadətnaməsi hər yükə və ya mal partiyasına verilir. Baytarlıq şəhadətnaməsi məhsulu müşayiət edən sənədlərə daxil edilir və məhsulun üzərində qeyd edilmir.

Gigiyenik sertifikatı alınması proseduru

Gigiyenik sertifikat bütün məhsullara onların sanitar tələblərə uyğunluğun təmin etmək üçün verilir. Bunun üçün Sanitariya və Epidemioloji Nəzarət Mərkəzinə müraciət edilməli, Dövlət Rüsümü haqqında Qanunda nəzərdə tutulan 15 manat dövlət rüsümü ödənilməli və aşağıdakı sənədlər təqdim olunmalıdır:

- ✓ sanitar-epidemioloji xidmətin mütəxəssisləri tərəfindən götürülmüş məhsulun nümunəsini
- ✓ istehsal olunan yeyinti məhsulları üçün əlavə olaraq istehsalçı müəssisənin sanitariya norma və qaydalarının tələblərinə uyğunluğu haqqında ərazi dövlət sanitariya nəzarəti orqanının müayinə aktını

Sonra məhsul laboratoriyada gigiyenik qiymətləndirmədən (bioloji, kimyəvi, toksikoloji və digər göstəricilər üzrə) keçirilir. Məhsul ekspertizadan keçirildikdən sonra müsbət rəy verilir və gigiyenik

qeydiyyatı alınaraq reyestrdən keçirilir. Bundan sonra məhsula 10 iş günü ərzində gigiyenik sertifikat verilir. Gigiyenik sertifikat yerli məhsullara 1 il müddətinə, idxal olunan məhsullara isə 6 ay müddətinə verilir.

Uyğunluq sertifikatının alınması proseduru

Uyğunluq sertifikatı məhsulun müvafiq standartın tələblərinə uyğunluğun təsdiq etmək üçün qanunvericilikdə göstərilmiş əksər məhsullara verilir. O məhsullara uyğunluq sertifikatı verilir ki, həmin məhsullar Nazirlər Kabinetinin 343 sayılı qərarında əks olunmuş məcburi sertifikatlaşdırılmalı məhsulların siyahısında (Əlavə 3-3) qeyd edilmişdir. Deməli siyahıda olmayan məhsulların məcburi sertifikatlaşdırılması aparılmır.

Sertifikatın verilməsi üçün Standartlaşdırma, Metrologiya və Patent üzrə Dövlət Komitəsinin ərazi sertifikatlaşdırma idarələrinə müraciət etmək lazımdır. Müraciət zamanı aşağıdakılar təqdim olunur:

- A)** seriya şəklində istehsal olunan məhsullar üçün:
- ✓ normativ sənədlər (zərurət olduqda)
 - ✓ keyfiyyəti idarəetmə sisteminin sertifikatının surəti (olduqda)
 - ✓ istehsalçının apardığı sınaqların protokolları
 - ✓ gigiyenik sertifikatın surəti
 - ✓ heyvan mənşəli məhsullar üçün baytarlıq şəhadətnaməsinin surəti
 - ✓ emal olunmamış bitki mənşəli məhsullar üçün fitosanitar sertifikatının surəti
 - ✓ qanunvericilikdə nəzərdə tutulduğu halda xüsusi razılığın surəti
- B)** partiya şəklində istehsal olunan məhsullar üçün:
- ✓ müqavilənin (kontraktın) surəti;
 - ✓ sınaq protokolları (olduqda)
 - ✓ gigiyenik sertifikatın surəti
 - ✓ istehsalçının məhsula verdiyi keyfiyyət sertifikatının surəti (olduqda)
 - ✓ heyvan mənşəli məhsullar üçün baytarlıq şəhadətnaməsinin surəti
 - ✓ emal olunmamış bitki mənşəli məhsullar üçün fitosanitar sertifikatının surəti

Sənədlər qəbul edildikdən və təsərrüfat hesablı "Aztest" dövlət müəssisəsi ilə kommərsiya sövdələşməsi əsasında müəyyənləşdirilmiş xidmət haqqı ödənildikdən sonra seçilmiş sertifikatlaşdırma sxeminə uyğun olaraq sertifikatlaşdırma prosesinə başlanılır. Sertifikatlaşdırma prosesi aşağıdakı kimi olur:

- ✓ təqdim edilmiş sənədlərin təhlili
- ✓ sertifikatlaşdırma sxeminin seçilməsi, məhsulun sınaqlarının aparılacağı akkreditə edilmiş laboratoriyanın (mərkəzin) seçilməsi
- ✓ sifariş üzrə qərarın qəbul edilməsi
- ✓ məhsuldan nümunə seçilməsi və məhsulun eyniləşdirilməsi
- ✓ məhsul nümunələrinin sınaqları
- ✓ sınaqların nəticələrinə görə uyğunluq sertifikatının verilməsi və ya onun verilməsindən imtina barədə qərarın qəbul edilməsi

İstehsalçı məhsulu özü sınaqdan keçirmədikdə sertifikatlaşdırma orqanı məhsulun akkreditləşdirilmiş sınaq laboratoriyasında sınaqdan keçirir. Nəticələr əsasında məhsulun sınaq nəticələri haqqında protokol hazırlanır. Seçilmiş sertifikatlaşdırma sxeminə göstərilədiyi halda sonra istehsalatın nəzərdən keçirilməsi və vəziyyətinin qiymətləndirilməsi aparılır. Təqdim olunmuş sənədlər, məhsulun sınağının

nəticələri, istehsalatın təhlilin nəticələri əsasında sertifikatlaşdırma üzrə orqan qərar qəbul edir. Qərar qəbul edildikdə məhsulun uyğunluq sertifikatı və AZS uyğunluq nişanı haqqında lisenziya verilir. Sertifikatın qüvvədə qalma müddəti seçilmiş sertifikatlaşdırma sxemindən asılı olaraq 1 və ya iki il müəyyən edilir. Bundan sonra məhsulun üzərinə AZS uyğunluq nişanı və müvafiq standart vurula bilər.

Mənşə sertifikatının alınması proseduru

Malın mənşə ölkəsi – malın mənşə ölkəsi dedikdə, malın tamamilə həmin ölkədə istehsal olunduğu və ya müəyyən meyarlar əsasında kifayət qədər emal/ təkrar emala məruz qaldığı ölkə başa düşülür. Malın mənşə sertifikatı Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisinə gətirilən və bu ərazidən aparılan mallar üzərində tarif və qeyri-tarif tədbirlərinin, o cümlədən qanunvericiliklə müəyyən edilmiş digər tədbirlərin həyata keçirilməsini təmin etmək məqsədi ilə müəyyən olunur. Həmçinin, mənşə sertifikatı ölkədə istehsal olunan və ya kifayət qədər təkrar emala məruz qalan məhsulların Azərbaycana məxsus olduğunu, eləcə də mənşəyi dəyişməyən ölkəyə gətirilən malların ilkin mənşə ölkəsinə məxsus olduğunu təsdiq etmək üçün verilir. Mənşə sertifikatının alınması malların ixracı zamanı idxalçı ölkədə güzəştli şərtlərlə idxal gömrük rüsumlarını ödəməyə imkan verir.

Müstəqil Dövlətlər Birliyinə (MDB) üzv dövlətlərə malların ixracı zamanı “CT-1” formalı, Ümumi Üstünlüklər Sistemində (GSP+) daxil olan inkişaf etmiş ölkələrə malların ixracı zamanı “A” formalı, MDB və Ümumi Üstünlüklər Sistemində (GSP+) daxil olmayan ölkələrə malların ixracı zamanı “Ümumi” formalı mənşə sertifikatları verilir.

“Malın mənşə ölkəsinin təyin edilməsi Qaydaları” İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin kollegiyasının müvafiq qərarı ilə təsdiq edilmişdir.

Mənşə sertifikatı İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti tərəfindən hüquqi və fiziki şəxslərin müraciəti əsasında verilir. Sifarişçinin mənşə sertifikatının verilməsinə dair ərizəsinə Dövlət Xidməti tərəfindən ərizənin təqdim olunduğu tarixdən etibarən 3 (üç) gündən gec olmayaraq baxılır və müvafiq qərar qəbul olunur. Malın mənşə ölkəsinin müəyyən edilməsi üzrə ekspertizalar Dövlət Xidmətinin tabeliyindəki “İstehlak Mallarının Ekspertizası Mərkəzi” MMC tərəfindən aparılır.

Ərizəyə baxılıb müsbət cavab verildikdə Xidmətlə müqavilə bağlanılır, tələb olunan digər sənədlər təqdim olunur və Dövlət Rüsumu haqqında Qanunda nəzərdə tutulan 20 manat ödəniş edilir. Eyni zamanda ixrac məqsədli məhsullar üçün mənşə sertifikatı alarkən onların ekspertizası aparılmalı və bunu üçün Tarif Şurasının 2011-ci il 9 sayılı Qərarında müəyyən edilən müvafiq xidmətə görə nəzərdə tutulan tarif (Əlavə 3-4) ödənilməlidir.

Mərkəzin eksperti tərəfindən təqdim olunmuş sənədlərin tamlığı və düzgünlüyü müəyyən olunduqdan sonra, malın mənşə ölkəsinin təyin edilməsi qaydasına uyğun olaraq malın mənşə ölkəsi müəyyən edilir. Ekspertizanın keçirilməsi zamanı, həmçinin ixrac edilən mal partiyasının mövcudluğu, malın texnoloji prosesinin mərhələlər üzrə istehsal olunub-olunmadığı, istehsal üçün zəruri olan avadanlıqların və şəraitin olub-olmadığı araşdırılır, daha sonra ekspertiza aktı tərtib edilir və aktda ekspertizanın nəticələri göstərilir.

Ekspertizanın nəticələrinə əsasən Dövlət Xidməti tərəfindən sifarişçinin ərizəsinə dair müvafiq qərar qəbul edilir.

Sonra malın mənşə ölkəsi müvafiq qaydalara uyğun olaraq təyin edilir və mənşə sertifikatı verilir. Mənşə sertifikatı 3 əsas vərəqdən və 3 əlavədən (hər formaya bir əlavə) ibarət olur. Forma A sertifikatı Avropa Birliyinə GSP + proqramı çərçivəsində malların ixracı üçün nəzərdə tutulub.

Keyfiyyət sertifikatının alınması proseduru

Keyfiyyət sertifikatı qeyd edildiyi kimi Avropa Birliyi ilə əldə edilmiş razılığa əsasən Birliyə ixrac olunan yeyinti məhsullarına verilir. Sertifikatın alınması üçün İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidmətinə ərizə ilə müraciət olunmalıdır. Ərizədə məhsulun ixrac tarixi, *təyinat ölkəsi*, *mənşə ölkəsi*, ixrac edilən məhsulların istehsal və emal edildiyi müəssisənin təsdiqedicisi kod nömrəsi, gömrük *çıxış* məntəqəsi, məhsulun adı, miqdarı və s. məlumatlar göstərilməlidir;

Keyfiyyət sertifikatı ixrac olunan hər mal partiyasına verilir. Sertifikat əldə etmək üçün təqdim edilmiş ərizəyə aşağıdakı sənədlər əlavə olunmalıdır:

- ✓ mənşə sənədinin əsli
- ✓ uyğunluq sertifikatı
- ✓ gigiyenik sertifikatı
- ✓ *alqı-satqı müqaviləsi (kontraktı)*
- ✓ ixrac olunan məhsulun növündən asılı olaraq mövcud qanunvericiliyə uyğun fitosanitar sertifikatı, baytarlıq şəhadətnaməsi, ovlanmış heyvanlara müvafiq orqanın icazəsi və ovun qadağan olunmamış müddətdə ovlanması və müəssisəyə daxil olduğu haqda sənəd, Avropa Komissiyasının müvafiq direktivləri və şura rəqləmətləri ilə müəyyən edilmiş digər sənədlər
- ✓ ixrac ediləcək məhsula dair hesab-faktura (invoys)

Sənədlər təqdim olunduqdan və Dövlət Rüsümü haqqında Qanunda nəzərdə tutulan 20 manat dövlət rüsümü ödənildikdən sonra Xidmət əməkdaşları tərəfindən istehsal edilmiş və qablaşdırılmış məhsullardan nümunə götürülür və laboratoriyadan ekspertizadan keçirilir. Ekspertizanın nəticəsi haqqında işə rəy tərtib olunur.

Bundan sonra Xidmətin Avropa Birliyinin tələbinə əsasən ixracatçı müəssisənin istehsal prosesinin HACCP planına uyğun olması üzrə müşahidələr aparılır. Nəticələr müsbət olduqda verilən rəylər və təqdim olunan sənədlər əsasında dəyərləndirmə aparılır və keyfiyyət sertifikatı (əlavə 3-5) verilir. Sertifikat 3 nüsxədə hazırlanır, biri səlahiyyətli orqanda qalır, 1-i mali müşayiət edən sənədlərə daxil edilir, bir işə müəssisəyə verilir. Məhsul ixrac olunduqdan sonra 3 gün ərzində doldurulmuş yük gömrük bəyannaməsinin sürəti ərizəçi tərəfindən Xidmətə təqdim olunmalıdır.

1. İxracatçının adı və ünvanı/ Name and address of exporter		2. TƏKRAR İXRACAT FITOSANİTAR SERTİFİKATI PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR RE-EXPORT	
		№	
3. Yüklü qəbul edənin adı və ünvanı/ Declared name and address of consignee		4. Dövlət Fitosanitar Nəzarət Xidməti/ State Phytosanitary Control Service	
		Bitki Karantini və Mühafizəsi Təşkilatı(larına)/ To Plant Protection Organization(s)	
		5. Mənşəyi/ Place of origin	
6. Daxilolma məntəqəsi/ Declared point of entry			AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ KƏND TƏSƏRRÜFƏTİ NAZİRLİYİ YANINDA DÖVLƏT FITOSANİTAR NƏZARƏTİ XİDMƏTİ
7. Daşınma üsulu/ Declared means of conveyance			STATE PHYTOSANITARY CONTROL SERVICE AT THE MINISTRY OF AGRICULTURE REPUBLIC OF AZERBAIJAN
8. Fərqləndirici nişanlar; qablaşdırılan yüklərin sayı və təsviri; məhsulun adı; bitkilərin botaniki adları/ Distinguishing marks; number and description of packages; name of produce; botanical name of plants			9. Məhsulun miqdarı/ Quantity declared
10. Bununla təsdiq edilir ki, yuxarıda təsvir edilən bitkilər, bitki mənşəli məhsullar və ya digər karantin nəzarətində olan materiallar _____ (razılaşdırılmış təkrar ixracatçı ölkəsinə) _____ (razılaşdırılmış mənşə ölkəsindən) _____ fitosanitar sertifikatın № _____ əslinə <input type="checkbox"/> , onun bu sertifikata əlavə edilmiş təsdiqlənmiş surətinə <input type="checkbox"/> əsasən idxal olunmuşdur ; onlar orijinal <input type="checkbox"/> , təzə <input type="checkbox"/> konteynerlərə qablaşdırılmış <input type="checkbox"/> , yenidən qablaşdırılmış <input type="checkbox"/> , orijinal fitosanitar sertifikata <input type="checkbox"/> və əlavə nümayinə <input type="checkbox"/> əsasən hesab edilir ki, onlar idxal edən ölkənin güvvədə olan fitosanitar tələblərinə cavab verir, həmçinin _____ (razılaşdırılmış təkrar ixracatçı ölkəsində) saxlanıldığı müddətdə yük zərərli orqanizmlərlə sırayatlanma riskinə məruz qalmamışdır. * Müvafiq kvadratları qeyd edin. This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described above _____ were imported into (contracting party of re-export) _____ from _____ (contracting party of origin) covered by Phytosanitary Certificate No. _____ original <input type="checkbox"/> certified true copy <input type="checkbox"/> of which is attached to this certificate; that they are packed <input type="checkbox"/> repacked <input type="checkbox"/> in original <input type="checkbox"/> new <input type="checkbox"/> containers, that based on the original phytosanitary certificate <input type="checkbox"/> and additional inspection <input type="checkbox"/> , they are considered to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, and that during storage in _____ (contracting party of re-export), the consignment has not been subjected to the risk of infestation or infection. * Insert tick in appropriate boxes.			
11. Əlavə deklarasiya/ Additional declaration			
ZƏRƏRSİZLƏŞDİRMƏ/ DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT		Verilmə yeri/ Place of issue	
12. İşlənmə üsulu/ Type of treatment		Möhür/ Stamp	
13. Kimyəvi maddə (fəal tərkib)/ Chemical (active ingredient)	14. Ekspozisiya və temperatur/ Duration and temperature	Tarix/ Date	
15. Qatılıq (konsentrasiya)/ Concentration	16. Tarix/ Date	Müfəttişin soyadı/ Name of authorized officer	
17. Əlavə informasiya/ Additional information		İmza/ Signature	
Dövlət Fitosanitar Nəzarət Xidmətinə, onun müfəttişlərinə və ya nümayəndələrinə bu sertifikata görə heç bir maliyyə öhdəliyi tətbiq edilmir/ No financial liability with respect to this certificate shall attach to State Phytosanitary Control Service or to any of its officers or representatives.			

Əlavə 3-2

Baytarlıq şəhadətnaməsinin forması

**Azərbaycan Respublikasının Kənd
Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Dövlət
baytarlıq xidməti**

Dövlət Baytarlıq Xidmətinin baytar həkimi tərəfindən
dövlət baytarlıq nəzarətində olan heyvan mənşəli yeyinti
məhsullarına verilir

Ünvan _____

Baytarlıq şəhadətnaməsi
№ AZ 031-.....

_____ (gün, ay, il)

Mən, aşağıda imza edən baytar həkimi, həmin baytarlıq şəhadətnaməsinə verirəm

_____ (kimə — hüquqi şəxsin adı və ya fiziki şəxsin soyadı, adı və atasının adı)

odan ötrü ki, _____

(məhsulun adı)

miqdarında

_____ (yer, ədəd, kq)

_____ (qablaşdırma)

tədərək və ya istehsal edilmiş

_____ (hüquqi şəxsin adı və ya fiziki şəxsin soyadı, adı, atasının adı və ünvanı)

_____ baytar-sanitariya nəzarətindən keçmişdir və yararlı sayılır
(istehsal tarixi)

_____ (məhdudiyyətsiz satış, əgər məhdudiyyət varsa, səbəbi göstərməli,

yaxud baytarlıq-sanitariya ekspertiza qaydalarına uyğun emal etmək)

və göndərilir _____ (nəqliyyat növü, hərəkət marşrutu)

_____ (alıcının
növü)

_____ (yük-nəqliyyat sənədinin nömrəsi)

Məhsul əlavə laborator müayinəindən keçmişdir

_____ (hə, yox)

Xüsusi qeydlər:

_____ (ərazinin epizootik salamatlığı, məhsulun ərazidən kənara çıxarılması üçün dövlət baytarlıq xidməti
müfəttişi tərəfindən məhsulun təhlükəsizliyi haqqında verilən arayışın tarixi göstərilir)

Şəhadətnamə yükləmə və yolboyu yükün hərəkəti zamanı nəzarətin həyata keçirilməsi üçün təqdim olunur
və yük sahibinə verilir. Şəhadətnamə blanklarının doldurulması qaydasında pozuntu halları müəyyən
edildikdə, şəhadətnamə etibarsız sayılır.

M.Y.

_____ (baytar həkiminin soyadı, adı, atasının adı, imza və vəzifəsi)

Məcburi sertifikatlaşdırılan malların siyahısı

1. Ət, ət məhsulları, süd və süd məhsulları
2. Balıq və balıq məhsulları
3. Quş əti, toyuq yumurtası
4. Taxıl, un, yarmalar
5. Çörək-bulka və makaron məhsulları
6. Kofe, çay və ədviyyat
7. Təbii bal
8. Meyvə, tərəvəz və onların emal edilmiş məhsulları
9. Mal-qara və bitki yağları
10. Piylər
11. Marqarin
12. Qənd, şirniyyat və qənnadı məhsulları
13. Pivə, alkoqolsuz içkilər, sirkə
14. Xörək duzu
15. Tütün və tütün məhsulları
16. Uşaq arabası
17. Uşaq üçün çarxlar üzərində hazırlanmış uşaq oyuncaqları
(*üççarxlı velosipedlər, pedalla uşaq avtomobilləri*) kuklalar üçün arabalar
18. Kuklalar, adamları təsvir edən
19. Digər uşaq oyuncaqları, kiçildilmiş ölçüdə modellər, başsındıran
20. Uşaqlar üçün əmzik, rezin qrelkalar
21. Suda üzmək üçün rezin maskalar, rezin lastlar
22. Uşaqlar üçün trusilər, alt tumanları, gecə köynəyi, pijamalar — ölçüsü 44-ə qədər
23. Kombinasiyalar, alt yubkalar, tumanlar, uşaq darbalaqları üçün analoji toxuma məmulatları
24. Maykalar, fufaykalar və ölçüsü 44-ə qədər olan uşaqlar üçün analoji toxunma məmulatları
25. Yeni anadan olmuş və məktəbyaşına qədər uşaqlar üçün alt paltarları
26. Uşaqların çimməsi üçün kostyum və üzgüçü tumanları — ölçüsü 44-ə qədər
27. Uşaqlar üçün ölçüsü 22-ə qədər olan kolqotqalar və corab məmulatları
28. Uşaq ayaqqabısı, ölçüsü 24-ə qədər
29. Yuyucu, ağardıcı və təmizləyici maddələr
30. Rezin əlcəklər, həmçinin tibb məqsədləri üçün istifadə olunan növləri
31. Gücü 1 kVt-dan çox olmayan transformatorlar, mülki aviasiya üçün təyin olunmamış ölçülərdən başqa
32. Elektrik mühərrikləri ilə qurulmuş məişət elektrik mexaniki maşınları

33. Akkumlyatorlaşdırılmış və ətalətsiz elektrik su qızdırıcıları, yüklənmiş elektrik qaynadıcıları, döşəməni qızdırmaq üçün elektrik avadanlığı, otaq qızdırıcısı, əl üçün elektrik quruducusu, elektrik ütüləri, digər məişət elektrik qızdırıcı cihazları
34. Elektrik telefon aparatları
35. Qoşmaq, qoruyucuları açmaq və cərəyanı kəsmək üçün və ya elektrik xətlərində birləşdirmək üçün elektrik aparatları (*elektrik açarları, dəyişdirici açarlar, cərəyan kəsiciləri, relelər, titrəyişi söndürən, şpəsel çəngəlləri və rozetkaları, elektrik lampaları üçün patronlar, birləşdirici qutular və s.*), 1000 V gərginlikdən böyük olmayan
36. Qoşma və yarımqoşma, digər özü hərəkət etməyən nəqliyyat vasitələri onların hissələri
37. Tibbdə, cərrahlıqda, stomatologiyada və baytarlıqda istifadə olunan alətlər və qurğular, digər elektrik tibb aparatları, görmə qabiliyyətini müəyinə etmək üçün cihazlar
38. Məişət yuyucu maşınları
39. Elektrik mühərrik və generatorları (mülki) aviasiyası üçün təyin olunmuşlardan başqa
40. Məişət üçün qaynaq aparatları
41. Maqnitofon və digər səs yazan aparatlar
42. Qaz və elektrik gözərtmə lampaları
43. İzolə edilmiş naqillər, kabellər və birləşdirici hissəli və onlarsız elektrik ötürücüləri
44. Radio-televiziya cihazları
45. Avtomobil, həmçinin xüsusi növləri
46. Rezin pnevmatik şinlər
47. Taxta-yonqardan piltələr və hislə yondurulmuş və ya yondurulmamış analogi ağac piltələr
48. Qızdırıcı peçlər, qızdırıcı bişiricilər, mətbəx peçləri və plitələri (*qazançalarla qurulmuş mərkəzi qızdırıcılar da daxil olmaqla*), frityurlar, kürələr, plitə üçün odluq, yeməkləri qızdırmaq üçün qızdırıcılar və qara metaldan olmayan elektrik analogi məişət aparatları və onların hissələri
49. Soyuducular və digər soyuducu və dondurucu elektrik avadanlıqları və ya başqa növləri, istilik nasosları
50. Ammoniy sulfatı
51. Ekspozisiya edilmiş və aydınlaşdırılmış kino lentləri
52. İnspektisidlər, rodentisidlər, herbisidlər, cücərməyə və bitkilərin boy artmasını tənzim edən dezinfeksiya dərmanları və onların analogları
53. Sıxıcı və quruducu paltar maşını
54. Qab-qacaq yuyan maşın
55. Avtomatik məmulat emaledici maşınlar və onların blokları
56. İlkin elementlər və ilkin batareyalar
57. Lehim alətləri
58. Radiotelefon, radioteleqraf, radio və televiziya verici və qəbuledici aparatları

59. Əriyən qoruyucular və əriyən taxmalar
60. Motosikletlər (*o cümlədən mopedlər*) və köməkçi mühərrik qurulmuş velosipedlər
61. İki təkərli və digər mühərriksiz velosipedlər.
62. Uşaq arabaları və onların hissələri
63. Yaxtalar və digər idman, istirahət üçün üzən vasitələr, avarlı qayıqlar və kanoe
64. Tənəffüs aparatları, qaz maskaları (*qoruyucu maskalardan başqa*)
65. Ortopediya düzəltmələri
66. Elektrik enerjisi hesablayıcıları
67. Elektrik musiqi alətləri
68. İdman, ov və hədəfi vurmaq üçün kiçik çaplı təklülə yivli tütənglər
69. Pərçim alətləri və heyvan əzabsız kəsilmə və yaxud kar edən alətlər üçün patronlar
70. Televiziya ekranında əks edilən videooyunlar
71. Motosiklet şlemləri
72. 1,6 mPa təzyiqə qədər qaynaq olunmuş polad balonları
73. Almazlı alətlər
74. Məişətdə istifadə olunan elektrik ötürücüsünün 36 V daha yüksək gərginliklə işləyən duru maddələr nasosu
75. Məişətdə istifadə olunan hava və vakuumlu nasoslar, hava və qaz kompressorları
76. Məişətdə istifadə olunan paltaryuyan maşınlar
77. Məişətdə istifadə olunan ağac emal edən dəzgahlar
78. Lüminessent lampalar üçün drossel
79. Elektrik akkumulyatorları
80. Məişətdə istifadə olunan müxtəlif burğular
81. Məişətdə istifadə olunan dairəvi mişar
82. Məişətdə istifadə olunan 36 V daha yüksək gərginliklə işləyən cilalama alətləri
83. Elektrik ötürücüsünün 36 V daha yüksək gərginliklə işləyən saç, üzqırخان elektrik cihazları
84. 36 V daha yüksək gərginliklə işləyən səs yazmayan elektrik titrəyicilərini səsə çevirən qurğular
85. Oskilloskoplar, spektrometrlər və digər elektrik həcmi ölçən və nəzarət edən cihazlar və aparatlar (*elektrik enerjisi hesablayıcılardan başqa*)
86. alfa-, beta-, qamma-, rentgen, kosmik və digər ion şüaları aşkar edən cihazlar və aparatlar
87. Yıvsız təhlükəli, hədəfi vurmaq üçün qoşalüləli idman və ov tütəngləri
88. Kiçik çaplı tapança
89. Qırma tütənglər üçün güllələr
90. İşıqlandırıcı avadanlıq
91. Dəmir pul ilə yaxud, jeton ilə hərəkətə gətirilən oyunlar (*avtomatik keqelbanlar üçün avadanlıqdan başqa*)

Təhlükəsizliyi 01 iyul 1994-cü ildən təmin olunmalı məhsulların Siyahısı

1. Konyak, şampan şərabı, şərab-araq məhsulları və şərab məhsulları
2. Uşaq yeməkləri üçün konservlər
3. Uşaq yeməkləri üçün süd qatışığı
4. Məişət üçün hazırlanmış qablar — alüminiumdan, polad-çuqundan, mis-latundan, minalanmış, sinklənmiş və melxiordan
5. Polietilen klönkalar və onlardan hazırlanmış məhsul növləri
6. Süni dəri və məhsulları
7. Məişətdə istifadə olunan plastik məhsul növləri
8. Mineral gübrələr
9. Lak və boya məhsulları, yapışqan, şpatlyovka
10. Məişət üçün elektrik cihazları
11. Audio-video texnikası
12. Məişət kondisionerləri
13. Məişətdə istifadə olunan elektrik nasosları və kompressorlar
14. Məişət cihazları və elektrik mühərrikləri
15. Kənd təsərrüfatı maşınları, texnikası və tərtibatları
16. Yol-tikinti texnikası
17. Neft-mədən avadanlığı
18. Pəncərə və avtomobil üçün şüşələr
19. Əlvan və qara metallar, onların xəlitəsi
20. Mebel məhsulları
21. Məişət qaz cihazları
22. Məişət üçün istifadə olunan santexniki məhsullar
23. Üzlük materiallar
24. Linoleum, penoplen
25. Neft emalı məhsulları
26. Pambıq-lif
27. Trikotaj alt paltarları
28. Dəri və dəriəvəzedicidən hazırlanmış məhsullar
29. Dəri-xəz məhsulları
30. Ayaqqabı
31. İnkubatorlar
32. Təbii və sıxılmış qaz
33. Köküstə buraxılan oduncaq və ikinci dərəcəli meşə ehtiyatları
34. Tibbi immunobioloji preparatlar

**Yanğın təhlükəsizliyi sahəsində məcburi qaydada
sertifikatlaşdırılan məhsulun və xidmətlərin siyahısı**

Məhsulun qrupu	Məhsulun növü
1. Yanğın avtomobilləri	Yanğın avtosisterni, yanğın avtonasosu, yanğın nasos-şlanqlı avtomobil, yanğın-qəza xilasedici avtomobil, yanğın avtomobilləri (<i>köpüklü söndürmə, tozlu söndürmə, qazla söndürmə, impulsu söndürmə, cold reaksiya vermə, qaz-su qatışığı ilə söndürmə, kombinə üsulu ilə söndürmə</i>), yanğın avtonəqliyyatı, yanğın avtoqaldırıcı, qazdan-tüstüdən müdafiə yanğın avtomobili, sudan müdafiə yanğın avtomobili, tüstü qovan yanğın avtomobili, yanğın avtonasos stansiyası, şlanq yanğın avtomobili, rabitə və işıqlandırma yanğın avtomobili, aerodrom xidməti yanğın avtomobili, ştab yanğın avtomobili, yanğın avtolaboratoriyası, texniki xidmət yanğın avtomobili, yanğın gəmisini, yanğın uçuş aparatları (<i>təyyarələr, vertolyotlar</i>), yanğın tüstü sorucuları (<i>qoşqulu, daşman</i>), yanğın motopompası (<i>qoşqulu, daşman</i>), yanğın qoşqusu, yanğın nasosu
2. Yanğın avadanlığı	Yanğın hidrantı, yanğın dirəkləri, yanğın şlanq altlığı, yanğın şlanqı (<i>təzyiqli, sorucu</i>), şlanq ötürücüsü, su yığıcı, şlanq ayırıcı, yanğın kolonkasi, sorucu yanğın süzğəci, yanğın lüləsi (<i>əl lüləsi, lafetli, su üçün, köpük üçün, toz üçün</i>), yanğın hidroelevatoru, yanğın köpük qarışdırıcısı, şlanq kaseti, şlanq barabanı, şlanq dirsəyi, birləşdirici başlıqların açarı, şlanq dolayan qurğular, yanğın şlanqlarına xidmət xətləri, yanğın birləşdirici başlıqlar, şlanq tutucuları, şlanq körpücükləri, şlanq sıxıcıları, yanğın qarmaqları, yanğın çəngəli, yanğın baltası, yanğın lingi, su və köpükəmələgətirici üçün boçkalar, qum qabı, yanğın lövhələri, asbest parçası, yanğın dirəklərinin şkafları, yanğın şitləri, qum üçün yeşiklər
3. Yanğın xilasedici qurğular	Siyirtmə yanğın nərdivanı, hücum nərdivanı, ağac nərdivanı, söykədilən yanğın nərdivanı, xilasedici şlanq, tullanmaq üçün nəzərdə tutulan xilasedici matras və xilasedici kətan, xilasedici kəndir, özü-özünü xilasetmə vəsaitləri
4. Yanğın söndürənlərin şəxsi müdafiə vasitələri	Yanğın dəbilqəsi, yanğın kəməri, yanğın karabini, istiliyi dəf edən yanğın kostyumu, yanğın söndürənin döyüş geyimi, yanğın söndürənlər üçün təcridedicisi əleyhqazlar və respiratorlar
5. Yanğınsöndürmə qurğuları (<i>avtomatik, əl ilə idarə olunan, həcmli və səthi yanğın söndürmə, modullu</i>)	Su ilə yanğınsöndürmə qurğusu, sprinklerli yanğınsöndürmə qurğusu, drençerli yanğınsöndürmə qurğusu, karbonlu yanğınsöndürmə qurğusu, azotlu yanğınsöndürmə qurğusu, aerezollu yanğınsöndürmə qurğusu, buxarla yanğınsöndürmə qurğusu, xladonlu yanğınsöndürmə qurğusu, köpüklü yanğınsöndürmə qurğusu, qazla yanğınsöndürmə qurğusu
6. Odsöndürənlər (<i>daşman, hərəkətli</i>)	Su odsöndürücü, hava-köpük qatışıqlı odsöndürücü, kimyəvi-köpüklü odsöndürücü, tozlu odsöndürücü, xladonlu odsöndürücü, karbonlu odsöndürücü
7. Yanğın xəbərverici qurğular	Əl ilə idarə olunan xəbərverici, avtomat yanğın xəbərvericilər (<i>istiliyə qarşı, alova qarşı, tüstüyə qarşı, radio izotoplu optik</i>), yanğın qəbuledici nəzarətli cihaz, yanğın xəbərvericilər
8. Odsöndürücü vasitələr	Odsöndürücü tozlar, odsöndürücü qazlar və qaz tərkibli odsöndürücülər, köpük əmələgətiricilər
9. Maddə, material və məhsullar	Döşəmələr üçün xalçalar və xalça məmulatları, döşəmə ayaqaltıları, linoleum, penoplen, plastik məhsul növləri, lak və boyalar, yapışqan şpaklyovka, asma tavanların materialları, istilik təcridedicisi materiallar, bəzəmə və hörgü tikinti materialları, yanğına qarşı divarların oyuqlarında yerləşdirilmiş tikinti konstruksiyaları və məmulatları (<i>qapılar, pəncərələr, darvazalar, lyuklar, qapaqlar</i>), elektrik qurğuları və cihazları, kabel məhsulu, qaz cihazları və qurğuları, sauna üçün qurğular, sauna üçün tikinti komplekti

İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti tabeliyində olan İstehlak Mallarının Ekspertizası Mərkəzi tərəfindən göstərilən laboratoriya, məsləhət və ekspertiza xidmətləri üzrə tariflər

Sıra №-si	Xidmətlərin adı	Tariflər (ƏDV ilə, manatla)
I. Laboratoriya xidmətləri		
1.	Taxıl və yeyinti məhsullarında göstəricilərin təyini (hər maddə üzrə bir analiz üçün)	
1.1.	Orqanoleptik	2,0
1.2.	Fiziki	4,0
1.3.	Kimyəvi	8,0
2.	Taxıl və yeyinti məhsullarında toksiki göstəricilərin təyini (bir analiz üçün)	
2.1.	Ağır metallar (Cu, Zn, Pb, Fe, Ni, Cr, Co, Hg, Cd, As, Sn, Mn) (hər maddə üzrə)	20,0
2.2.	Biotoksinlər (DSP, PSP, ASP) (hər maddə üzrə)	25,0
2.3.	Nistamin	50,0
2.4.	Nitrozaminlər (TVB-N, TMA-N) (hər maddə üzrə)	40,0
2.5.	Pestisidlər	60,0
2.6.	Mikotoksinlər	
2.6.1.	Aflatoksin B1, B2, G1, G2, M1, zearalenon, ochratoxin A, dezoksinivalenol, T-2 toksin (hər maddə üzrə)	70,0
2.7.	Patulin	70,0
2.8.	Benzopiren	50,0
2.9.	Dioksinlər	50,0
2.10.	Antibiotiklər	40,0
2.11.	Nitrat və nitritlər	30,0

Sıra №-si	Xidmətlərin adı	Tariflər (ƏDV ilə, manatla)
2.12.	Metanol, siviş yağları, aldehidlər, mürəkkəb efirlər (hər maddə üzrə)	45,0
2.13.	Testesteron, DES, metiltesteron, progestesteron (hər maddə üzrə)	20,0
3.	Taxıl və yeyinti məhsullarında radioloji göstəricilərin (seziyum, stronsium) təyini (hər maddə üzrə bir analiz üçün)	50,0
4.	Taxıl və yeyinti məhsullarında mikrobioloji göstəricilərin təyini (bir analiz üçün)	
4.1.	Mezofil aerob və fakültativ anaerob mikroorqanizmlər, süd turşulu mikroorqanizmlər (hər maddə üzrə)	20,0
4.2.	BÇBQ (koliforma, kolindeks), proteus, kif və maya göbələkləri, bacillus cereus bakteriyaları, sulfid reduksiyaedici bakteriyalar, kartof çöpləri (hər maddə üzrə)	20,0
4.3.	Eneterokokk, P.aeruginosa, L. monocitogenes, fekalkoliform, xloramfenikol (hər maddə üzrə)	20,0
4.4.	V.paraheamolytics	25,0
4.5.	Staphylococcus aureus	25,0
4.6.	Ümumi əsaslı uçucu azot (TVB-N)	25,0
4.7.	Patogen mikroorqanizmlər, o cümlədən salmonellalar	30,0
4.8.	Sərbəst və ümumi kükürd turşuları	30,0
4.9.	Sənaye sterilliyi	40,0
4.10.	Sorbin turşusu	60,0
4.11.	Bor turşusu	20,0
4.12.	Klostridium perfringens	45,0
5.	Suda kationların (Li^+, Na^+, K^+, NH_4^+, Mg^{2+}, Ca^{2+}), anionların (Cl^-, PO_4^{3-}, NO_3^-, NO_2^-, SO_4^{2-}, F^-, Br^-) təyini (hər qrup maddə üzrə bir analiz üçün)	50,0
II. Malın mənşə ölkəsinin müəyyən edilməsi üzrə ekspertizanın keçirilməsi xidmətləri		
1.	Kənd təsərrüfatı məhsulları (çəkiyə görə)	
1.1.	10 tona qədər	9,0
1.2.	10 tondan 50 tona qədər	20,0

Sıra №-si	Xidmətlərin adı	Tariflər (ƏDV ilə, manatla)
1.3.	50 tondan 100 tona qədər	30,0
1.4.	100 tondan 200 tona qədər	40,0
1.5.	200 tondan 500 tona qədər	90,0
1.6.	500 tondan yuxarı	170,0
2.	Yeyinti məhsulları (çəkiyə görə)	
2.1.	10 tona qədər	9,0
2.2.	10 tondan 50 tona qədər	20,0
2.3.	50 tondan 100 tona qədər	30,0
2.4.	100 tondan 200 tona qədər	40,0
2.5.	200 tondan 500 tona qədər	90,0
2.6.	500 tondan yuxarı	170,0
3.	Sənaye malları (çəkiyə görə)	
3.1.	10 tona qədər	20,0
3.2.	10 tondan 50 tona qədər	30,0
3.3.	50 tondan 100 tona qədər	50,0
3.4.	100 tondan 200 tona qədər	90,0
3.5.	200 tondan 500 tona qədər	110,0
3.6.	500 tondan yuxarı	170,0
4.	Kimya sənayesi məhsulları (çəkiyə görə)	
4.1.	20 tona qədər	40,0
4.2.	20 tondan 50 tona qədər	60,0
4.3.	50 tondan 100 tona qədər	100,0
4.4.	100 tondan 200 tona qədər	120,0
4.5.	200 tondan yuxarı	170,0
5.	Maşın və avadanlıqlar (dəyərə görə)	

Sıra №-si	Xidmətlərin adı	Tariflər (ƏDV ilə, manatla)
5.1.	20 min manata qədər	45,0
5.2.	20 min manatdan 50 min manata qədər	95,0
5.3.	50 min manatdan 75 min manata qədər	145,0
5.4.	75 min manatdan 100 min manata qədər	195,0
5.5.	100 min manatdan yuxarı	245,0
6.	Taxta və meşə materialları (həcmə görə)	
6.1.	30 m ³ -ə qədər	150,0
6.2.	30 m ³ -dən 60 m ³ -ə qədər	200,0
6.3.	60 m ³ -dən yuxarı	250,0
7.	Xam neft (1 ton üçün)	0,04
8.	Neft məhsulları (1 ton üçün)	0,10
9.	Təbii qaz (1 mln. m ³ üçün)	280,0
10.	Elektrik enerjisi (1 mln. kvt/s üçün)	225,0
11.	Qara metal (1 ton üçün)	0,04
12.	Əlvan metal (1 ton üçün)	2,0
13.	Əlvan metal birləşmələri (oksidlər, hidroksidlər, peroksidlər) (1 ton üçün)	0,5
14.	İstehsalat və məişət tullantıları (1 ton üçün)	1,0
III.	Avropa İttifaqı ölkələrinə yeyinti məhsullarının ixracı ilə məşğul olan istehsal və emal müəssisələrində təsdiqedic kod nömrəsinin verilməsi məqsədi ilə ekspertizanın keçirilməsi (bir ekspertiza üçün)	430,0
IV.	Müraciət əsasında Avropa İttifaqı ölkələrinə yeyinti məhsullarının ixracı ilə məşğul olan istehsal və emal müəssisələrində qida təhlükəsizliyinin idarə edilməsi sistemlərinin tətbiqi ilə bağlı planların hazırlanması və məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi (istehsal və ya emal olunan bir məhsul növü üzrə)	2800,0

Keyfiyyət sertifikatının nümunəsi

1. İxracatçı:	Sənədi verən üçüncü ölkə: _____	
	VI 2 Seriya №: _____	
	Yeyinti məhsulunun Avropa İttifaqına idxalı üçün keyfiyyət sertifikatı	
2. Alıcı:	3. VI 1 sertifikatına çıxarış № tərəfindən verilmişdir: _____ (üçüncü ölkənin adı) tarix: _____	
(1) uyğun gələnə silin (2) müvafiq xanaya «x» işarəsi qeyd edin (3) yalnız azaldılmış gömrük tarifi güzəştə tətbiq olunan şərablara, likör şərablara və distillə üçün gücləndirilmiş (bərkidilmiş) şərablara aiddir (uyğun gələnə pozun)	4. VI 2 çıxarışından çıxarış №: Tərəfindən möhürlənmişdir (İttifaq daxili gömrük orqanının adı və ünvanı): _____	
	Tarix: _____	
5. Qeydlər və qeydiyyat nömrələri — Qablaşdırmanın sayı və növü — Məhsulun təsviri:	6. Miqdarı 1/h1/kq ilə (1):	
	7. Şüşələrin (butulkaların) sayı:	
	8. Məhsulun rəngi:	
9. Malgöndərənin bəyannaməsi (2) 3-cü qrafaya əsasən VI 1 sənədi / 4-cü qrafaya əsasən çıxarış yuxarıda təsvir olunmuş məhsula əsasən tamamlanmışdır və ibarətdir: Məhsulun (3) mənşə ölkəsində istehsal və dövriyyəyə aid olan şərtləri nəzərə alınaraq, yuxarıda təsvir olunan məhsulun birbaşa insan istehlakı üçün nəzərdə tutulduğuna / tutulmadığına SERTİFİKAT və əgər birbaşa insan istehlakı üçün nəzərdə tutulmuşdursa, Analiz rəyi bu məhsulların aşağıdakı analitik xüsusiyyətlərə malik olduğunu göstərir:		
Bütün məhsullar üçün:		
ümumi quru qalıq:	ümumi turşuluq:	uçucu turşuluq:
limon turşuluğu:	ümumi sulfid oksidi (kükürd):	

Müxtəlif növarası kəsişmələrdən (çarpazlaşmalardan) irəli gələn (birbaşa istehsalçı hibridləri) və ya digər müxtəlif növlərdən olmayan üzüm ailəsi nümayəndələrinin olması / olmaması .
Həmçinin səlahiyyətli orqandan Endorsement (3) (həvalə qeydi)
təsdiq edir:

bu sənəddə əks olunan şərab _____ regionunda istehsal olunmuşdur və 5-ci qrafada əks olunduğu kimi mənşənin təyin etmək hüququna malikdir və mənşə ölkəsində qaydalara uyğun olaraq tanınmışdır;
hazırkı sənədin şərab mənşəsi olan şəraba əlavə olunan alkoqol.

10. Gömrük möhürü:	İmza:	
Bəyannamə düzgündür Yer və tarix:		
İmza:	Möhür:	Aid olan gömrük idarəsinin tam adı və ünvanı:



MODUL IV

MODUL IV. BEYNƏLXALQ TİCARƏTDƏ ALQI-SATQI MÜQAVİLƏLƏRİ

Beynəlxalq ticarətin üsulları:

Birbaşa (*istehsalçı və alıcı arasında vasitəçisiz razılaşma*)

Dolay (*vasitəçi ilə*)

Birbaşa – Bu halda nisbi maliyyə faydası, belə ki, vasitəçi xərcləri qənaət edilir və vasitəçinin mümkün qeyri-peşəkar addımları istisna edilir.

Dolay:

- ✓ **Brokerlər** – adi vasitəçilər – alıcı və satıcıyı bir araya gətirirlər və öz adlarından ticarət əməliyyatında iştirak etmirlər
- ✓ **Komisyonerlər** – satıcının adından çıxış edirlər, alıcıları tapıb onlara öz adlarından, lakin satıcı və ya alıcı hesabına (hansı ki, kommersiya risklərini daşıyır) razılaşma imzalayırlar. Üçüncü şəxslərin qarşısında komisyonerlər satıcı rolunu oynayır
- ✓ **Konsiqnatorlar** – ixracatçı malı vasitəçinin (konsiqnatorun) deposuna (ambarına) bazarda satış üçün göndərir. Mal satıldıqca konsiqnator ixracatçıya pulları hissə-hissə ödəyir
- ✓ **Distributorlar** – öz adından istifadə edirlər və öz hesablarına işləyirlər. Beynəlxalq ticarətin əsas həcmi distributorlar vasitəsi ilə həyata keçirilir

Beynəlxalq kontrakt

Beynəlxalq kontrakt – mal və xidmətlərin təchizatı üçün müxtəlif ölkələrdə yerləşən iki, yaxud daha çox tərəf arasında razılaşmadır! “Beynəlxalq alqı-satqı kontraktları haqqında” Vyana konvensiyası dünya bazarında alqı-satqı kontraktları üçün hüquqi əsasdır.

Adətən “*Nümunəvi*” kontraktlar tətbiq olunur. “Nümunəvi” kontrakt – konkret sazişlə əlaqəli bir sıra sadələşmiş şərtlər deməkdir.

Nümunəvi müqavilə – danışıqların və müqavilənin əsasını təşkil edir. Müqavilənin bəzi bəndləri sözsüz qəbul edilə bilər və ya dəyişilə bilər.

Kontraktlarda əhəmiyyətli, adi və təsadüfi şərtlər fərqləndirilir.

Əhəmiyyətli şərtlər

- ✓ Məsələn, alqı-satqı kontraktlarında “əhəmiyyətli” şərt – qiymətin göstərilməsidir
- ✓ Bəzi şərtlər qanuna görə yaxud ticarət ənənəsinə görə “əhəmiyyətli” sayılır

Adi şərtlər

- ✓ Əgər kontraktın xüsusi qeyd yoxdursa, o halda hüquq normaları tətbiq olunur
- ✓ Məsələn, əgər kontraktın avansın ödənilməsi barədə qeyd yoxdursa, alıcı malı alarkən hesablaşa bilər

Təsadiüfi şərtlər

- ✓ Təsadiüfi şərt – kontrakta tərəflərin tələblərinə uyğun daxil edilən şərtədir
- ✓ Bu zaman həmin şərtlər qanuna zidd olmalı deyil
- ✓ Bu şərtlərin yerinə yetirilməsi mütləqdir

Alqı-satqı kontraktın strukturu:

1. Giriş (adı, tarix, kontraktın nömrəsi, imzalanan yer və s.)
2. Məqsədi
3. Miqdar
4. Keyfiyyət
5. Malın göndərilməsi (şərtlər)
6. Ödəniş forması
7. Qablaşdırma
8. Zəmanətlər
9. Cərimələr
10. Sığortalanma
11. Fors-majör
12. Arbitraj
13. Digər şərtlər

“Nümunəvi” kontraktın misalı:

Giriş

Kontraktın adı, nömrəsi, tarix, yer və imza edən tərəflər (şirkətin adı, hüquqi statusu, yerləşdiyi ünvan)

Diqqət!

Müqavilənin imzalanma yeri o cəhətdən əhəmiyyətlidir ki, kontraktda hansısa məqam nəzərə alınmayıbsa, mübahisə zamanı həmin ölkənin qanunlarına uyğun olaraq həll ediləcəkdir.

Kontraktın predmeti

Alqı-satqının predmeti olan malın dəqiq təsviri. Kontraktın predmetindən asılı olaraq müxtəlif növ kontraktlar mövcuddur (alqı-satqı, sığortalama, yük daşıma və s.).

Miqdar

Ölçü vahidi göstərilir və malın miqdarının müəyyənləşdirilməsinin ardıcılığı təyin olunur (dəqiq və ya təxmini miqdar). Təxmini miqdar o hallarda göstərilir ki, göndərilən malın miqdarı dəyişilə bilər (məsələn, şəkər tozu rütubətə dözümlü deyil və rütubətli şəraitdə çəkisi arta bilər. Bu hallarda mümkün dəyişiklikləri faizlə göstərilir).

- ✓ Müqavilədə əlavə malın əldə edilməsinin mümkünlüyü qeyd olunur. (Müqavilədə alıcı hansı formada sifariş etməlidir və hansı həcmdə satıcı əlavə mal göndərə bilər)

Keyfiyyət

Malın təyinatı üzrə istifadə edilməsinin yararlığının müəyyənləşdirilməsi üçün, onun xüsusiyyətləri dəqiqləşdirilir. Keyfiyyəti müəyyənləşdirirlər:

- **Standart üzrə** (milli, istehsalçılar birlikləri tərəfindən müəyyən edilmiş, iri şirkətlərin standartları və s.). Müqavilədə standartın tarixinə və nömrəyə istinad edilir və standartın yaradıcısı-təşkilat göstərilir
- **Texniki tələblərə görə** (standartlar olmadıqda). Kontraktda və ya əlavədə malın dəqiq xüsusiyyətləri göstərilir, materiallar təsvir olunur, onun yoxlanmasının qaydaları dəqiqləşdirilir)
- **Spesifikasiya üzrə** – bütün texniki parametrlər detallıqla göstərilir
- **Nümunə üzrə** (nümunələrin sayı və onların mal ilə müqayisənin qaydaları göstərilir. Adətən nümunənin biri alıcıda, digərləri isə satıcıda və neytral tərəfdə olur). Nümunə üzrə – malın axırncı partiyası gələndən sonra nümunələrin saxlanma müddəti də göstərilir
- Malın keyfiyyətini “**Qabaqcadan baxma**” üsulu ilə də təyin edilməsi də mövcuddur – amma bu prinsip əksər hallarda hərəcda malın satışı zamanı istifadə olunur

Diqqət!

Hal-hazırda Avropa Birliyi Azərbaycandan idxal olunan kənd təsərrüfatı mallarına gömrük rüsumlarını sifirə endirib, o da bizim malların bazarda rəqabətə dözümlüliyini artırır. Lakin unutmayaq ki, Avropa bazarına daxil olma üçün digər maneələr də mövcuddur, ən önəmlisi də - keyfiyyət standartlarıdır.

Malın çatdırılma (MÇ) müddəti və tarixi

Malın çatdırılma müddəti, yəni onun satıcı tərəfindən alıcının ixtiyarına verilməsi məqamı göstərilir.

MÇ müddətinin təyin olunmasının müxtəlif növləri vardır:

- ✓ Dərhal – 2 həftə ərzində istənilən gündə
- ✓ MÇ-nin konkret tarixinin müəyyən edilməsi
- ✓ Müəyyən müddətdə (ay, rüb). Adətən “ərzində” və ya “gec olmadan” ifadələri əlavə olunur
- ✓ Bəzi hallarda MÇ müddəti dəqiq göstərilir. Bu zaman “hazır olduqda”, “naviqasiya açıldıqda” və ya “lazımı miqdar yığıldıqda” kimi şərtlər razılaşıdırılır. *Misal üçün alıcının satıcı tərəfdən xəbərdarlıq aldığı gündən 9 ay ərzində tədarük qrafikini qurmaq*
- ✓ Malın müddətdən əvvəl çatdırılması şərtləri əlavə razılaşıdırılır

“Malın çatdırılma tarixi” çatdırılma növlərindən asılıdır və alqı-satqı predmetinə olan sahiblik hüququnun keçməsinə təsdiq edən sənədin tarixi ilə müəyyənləşdirilir.

Məsələn: Daşımalar ilə məşğul olan şirkətin verdiyi sənədin, anbar şəhadətnaməsinin, qəbul aktının imzalandığı tarixləri və s.

Qiymət və kontraktın ümumi məbləği

- ✓ Ölçü vahidi
- ✓ Qiymətin valyutası
- ✓ Qiymətin müəyyənləşdirilməsi prinsipi
- ✓ Güzəştlər və s.

Müqavilə qiyməti - bütün mal üçün pul vahidlərin sayı, satıcı tərəfindən təməl şərtlər əsasında çatdırılma. Təməl qiymətlərə malın çatdırılması, sığortası, saxlanılması və s. daxil edilib-edilməməsi əsasında müəyyənləşdirilir.

Əsas element – qiymətin tənzimlənməsinin üsuludur (*Sərt, sonradan tənzimlənmə, dəyişkən, sürüşkən*):

- ✓ **Sərt** – müqavilə müddətində dəyişə bilməz (*adətən təchizatın qısa müddəti üçün*)
- ✓ **Sonradan tənzimlənmə** – müqavilədə yalnız tənzimlənmə vaxtı göstərilir (*məsələn, qiymətlər malın çatdırılmasından əvvəl müəyyənləşir*)
- ✓ **Dəyişkən** – müqavilədə qeyd olunur ki, əgər əməliyyatın icrası ərəfəsində bazarda malın qiymətləri artar yaxud azalarsa, müqavilədəki qiymətlər ona uyğun dəyişir. Adətən müqavilədə bazar qiymətlərindən kənarlaşma qeyd edilir (2-6%) və bu çərçivədə bazarda qiymət dəyişərsə, müqavilədə qiymətə yenidən baxılır
- ✓ **Sürüşən** – qəliz avadanlıqların satışı zamanı tətbiq olunur və istehsal zamanı malın maya dəyərindəki dəyişikliklərə tənzimlənilir

Ödəmə

Ödəmə valyutası, mübadilə kursu

Valyuta risklərini azaldan qeydlər edilir (xarici valyutanın milli valyutaya nisbətinin dəyişməsindən itki təhlükəsi)

Ödəmə üsulları (*nağd ödəmə, avans, tam ödəniş*)

Nağd hesablaşma – satıcı üçün ən əlverişli üsul.

Avansla ödəniş – satıcının istehsalının qismən kreditləşməsi və eyni zamanda onun maliyyə risklərini azaltmaq deməkdir.

Ödəmə növləri (*bank köçürmələri, akkreditiv, inkasso*)

Ödəniş forması – bir növ dilemmanın həlli yolunun axtarılması məqsədini daşıyır. Və son illər beynəlxalq ticarətdə qəbul olunmuş üsul – akkreditivdir.

Akkreditivlərin çox saylı növləri mövcuddur – qaytarılan və qaytarılmayan, təsdiqlənmiş və təsdiqlənməmiş, keçid, təminatlı və təminatlı olmayan, revolver və s.

Qablaşdırma və markalama

Üst və alt qablaşdırılmasının tələbləri izah olunur. Qabların alıcının sahibliyinə keçib-keçməməsi, onun qiymətinin ümumi məbləğə daxil edilib-edilməməsi və s. göstərilir.

Qablamaya ümumi tələblər – satıcı yükün fiziki bütövlüyünü təmin etməlidir. Xüsusi tələblər alıcı tərəfindən müəyyənləşdirilir, məsələn xüsusi yerləşdirmə ilə bağlı.

Markalama özündə əks etdirir:

- ✓ Kontraktın nömrəsi, “yer”lərin çəkisi və ölçüləri barədə məlumatlar, “yer”in nömrəsi və ümumi sayı
- ✓ Mal ilə davranış qaydaları barədə daşımalarla məşğul olan şirkətlərə göstərişlər
- ✓ Mal ilə ehtiyatsız davranış nəticəsində yarana biləcək mümkün təhlükələr barədə xəbərdarlıq

Reklamasiya (Narazılıq)

Reklamasiya təqdim edilməsinin qaydaları və müddətləri, həll edilməsi yolları göstərilir

Zəmanətlər

Zəmanətlərin həcmi, onların müddətləri və zəmanətlərin qüvvədə olmadığı hal və şəraitlər. Əksər müqavilələr keyfiyyət təminatı maddələrini daxil edirlər. Alıcı müəyyən təminat dövründə keyfiyyətlə bağlı öz iddialarını irəli sürə bilirlər. Keyfiyyətsiz malın təchizatına görə sanksiyalar müəyyənləşdirilə bilər.

Cərimə sanksiyaları və itirilmiş gəlirin (itkilərin) ödənilməsi

- ✓ Maksimal cərimələr adətən vaxtında çatdırılmamış malın qiymətinin 8-10% təşkil edir
- ✓ Kontraktda cərimə sanksiyaların qeyd edilməsi, itirilmiş gəlirin və ya itkilərin ödənilməsi barədə iddiaların irəli sürülməsinə maneələr törətmir
- ✓ Adətən cərimələr təchizatın ləngiməsi ilə bağlı böyüyür. Ödənişin ləngiməsi ilə bağlı da cərimələr nəzərdə tutulur

Diqqət!

Eyni zamanda müqavilənin şərtləri pozulanda tərəflər ya bəzi itkilərlə rastlaşırlar, yaxud gözlənilən gəlirdən məhrum olurlar və bununla əlaqədar gələcəkdə məhkəməyə müraciət edirlər. Bu səbəbdən adətən ixracatçılar müqavilədə dolayı itkilərin ödənilməməsini göstərən maddəni daxil etməyə çalışırlar.

Sığortalama

Müqavilədə göstərilməlidir sığortanın predmeti, risklərin siyahısı və kimin xeyrinə mal sığortalanır. Adətən bu bənd İnkoterms-də qeyd olunan malın çatdırılma şərtləri ilə uyğunlaşdırılır.

Diqqət!

Unutmayın ki, əgər alıcı tərəfindən xüsusi tələblər irəli sürülmürsə satıcı çalışır malı minimal məbləğdə sığortalamaq ("A" bəndi ilə). Bu isə yalnız təbii fəlakətləri nəzərdə tutur.

Diqqət!

Sığorta müqaviləsi imzalanarkən sığorta şirkətinin tələbləri ilə tanış olmaq lazımdır. Sığorta hadisəsi baş versə hansı müddətdə, hansı xəbərdarlıqlar və kimlərə göndərməli və hansı addımlar atılmalıdır. Eyni zamanda malı göndərərkən nəqliyyat şirkətinə bu məlumatlar mütləq çatdırılmalıdır.

Fors-major

Bu bənd kontraktın icra olunması müddətinin uzadılması və ya tam dayandırılması (tərəflərin öz öhdəliklərindən azad edilməsi) hallarını nəzərdə tutur.

Diqqət!

Fors-major halları mütləq neytral təşkilat tərəfindən qeydə alınmalı və təsdiq edilməlidir.

Arbitraj

Tərəflər arasında yarana biləcək mümkün mübahisələrin həll edilməsi müddətləri və qaydaları göstərilir.

- ✓ Bundan əlavə arbitraj xərcləri hansı tərəf və hansı məbləğdə ödəniləcəyi qeyd olunur
- ✓ Adətən Arbitraj məhkəməsinin qərarları digər instansiyalarda təkrar baxışa çıxarılmır

Diqqət!

Tərəflər mübahisələrin hansı ölkənin arbitraj məhkəməsində baxılacağına aydınlıq gətirirlər. Arbitrların seçilməsi və təyin edilməsi qaydası təsvir edilir, qərarların hansı müddətdə müəyyənləşdirilməsi qeyd edilir. Hansı tərəf və hansı qaydada arbitraj xərclərini ödəməsi də müəyyənləşdirilir. Adətən razılaşdırılır ki, arbitrajın nəticələri sonuncudur və məhkəmədə yenidən baxıla bilməz.



MODUL V

MODUL V. MALIN ÇATDIRILMASI ŞƏRTLƏRİ

Malın Çatdırılması Şərtləri (Incoterms – 2010)

Müəssisə və şirkətlər öz fəaliyyətləri zamanı hansı risklərlə qarşılaşa biləcəyini yaxşı anlamalıdır ki, maliyyə itkiləri ilə üzləşməsinlər.

«Incoterms» abreviaturası ingilis dilindən tərcümədə «Beynəlxalq ticarət şərtləri» deməkdir.

«Incoterms» ixracatçının malların göndərilməsi zamanı nəqliyyat və sığorta öhdəliklərini tənzimləyən beynəlxalq səviyyədə razılaşdırılmış ticarət şərtləridir.

1936-cı ildə Beynəlxalq Ticarət Palatası beynəlxalq ticarətdə praktiki üsulları standartlaşdıran tövsiyələri qəbul etmişdir.

2010-ci ildə «Incoterms» ə son əlavə və düzəlişlər edilmişdir. Hazırda «Incoterms» şərtləri 4 qrupa və 11 ticarət bəndinə bölünür (Əlavə 5-1).

Xüsusiyyətlər üzrə qruplaşma:

E qrupu:

EXW – Ex Works Departure (... named place)

İstehsal sahəsindən satış (...yeri göstərməklə)

F qrupu: Əsas daşınma xərclər ödənilmir

FCA – Free Carrier Main carriage unpaid

Malın daşıyıcıya təslim edilməsi (... yeri göstərməklə)

FAS – Free Alongside Ship (... named port of shipment).

Malın limanda təhvil verilməsi (...göndərmə limanı göstərməklə)

FOB – Free on Board

Malın gəminin göyertəsində təhvil verilməsi (...göndərmə limanı göstərməklə)

C qrupu: Əsas daşınma xərcləri ödənilir

CFR – Cost and Freight. Main carriage paid (... named port of destination)

Dəyər və Daşınma xərci daxil (... çatdırılma limanı göstərməklə)

CIF – Cost, Insurance and Freight

Dəyər, Sığorta və Daşınma xərcləri daxil (... çatdırılma limanı göstərməklə)

CPT – Carriage Paid To (... named port of destination)

Daşınma xərci ödənilmişdir (... çatdırılma yeri göstərməklə)

CIP – Carriage and Insurance Paid To

Daşınma xərci və sığorta ödənilmişdir (... çatdırılma yeri göstərməklə)

D qrupu: Çatdırılma

DAT – Delivered At Terminal (... named place)

Terminala çatdırma (... adı və yeri göstərilməklə)

DAP – Delivered AT Point (... named place)

Məntəqəyə çatdırma (... çatdırılma məntəqəsi göstərilməklə)

DDP – Delivered Duty Paid (... named port of destination).

Rüsumlar ödənilərək çatdırılma (... çatdırılma yeri göstərilməklə)

Diqqət!

Bəzən tərəflər malın dəniz yolu ilə daşınması üçün istifadə olunan terminləri daşınmaların digər üsullarına səhvən tətbiq edirlər.

CPT və CIP –şərtlərlə “adi nəqliyyat sənədləri”

CFR və CIF – “dəniz qaiməsi” olmalıdır

Diqqət!

Sərhəd deyərəkən – həm satıcının, həm alıcının, yada hansısa ayrı ölkənin sərhədi ola bilər.

Mal ilə əlaqədar risklərin və xərclərin keçməsi

Satıcı malın göndərilməsi üzrə öhtəliklərini yerinə yetirdikdən sonra yükün itirilməsi (zədələnməsi) riski, habelə bunlarla əlaqədar yaranan xərclərin ödənilməsi öhdəliyi alıcının üzərinə keçir.

Diqqət!

Belə ki mal yalnız yükləndikdən, göndərildikdən (ikinci və üçüncü qrup terminlər) və təyinatı üzrə çatdırıldıqdan (dördüncü qrup) sonra alıcı üçün təyin olunmuş sayılır.

YADDA SAXLAYIN!**ÖHDƏLİKLƏRİN DƏYİŞİLMƏSİ:**

- **“E”** qrupu
 - **Satıcının öhdəliklərini minimuma endirir.**
- ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓
- **“F”** qrupu
 - **“C”** qrupu
 - **“D”** qrupu
- Alıcının öhdəliklərini minimuma endirir**

E qrupu:**EXW – Ex Works Departure**

	... dan daşınma		Əsas daşınma		... sonra daşınma	
Mal						
Risk						
Xərclər						

- ✓ Satıcının öhdəlikləri - malı, müqavilə şərtlərinə uyğun olaraq təqdim etməli, lazımi lisenziyaların və icazələrin alınmasında yardım etməli. Başqa öhdəliklər yoxdur
- ✓ Mal göndərilənədək onun məhvi, zədələnməsi ilə bağlı risklər satıcının üzərinə düşür
- ✓ Alıcı malın dəyərini ödəməli və bütün daşınma və sığorta xərclərini və risklərini daşımalıdır

F qrupu:**FCA, FAS, FOB**

	... dan daşınma		Əsas daşınma		... sonra daşınma	
Mal						
Risk						
Xərclər						

- **FCA**- ixrac üçün gömrük vergi və rüsumları ödənilmiş, mal alıcının göstərdiyi yerdə, onun təyin etdiyi daşıyıcıya təhvil verir
- **FAS**- mal göstərilmiş yüklənmə limanında gəminin göyertəsi boyunca düzüləndən sonra malın satıcı tərəfindən göndərildiyini bildirir
- **FOB**- mal gəminin tutacağından göyertəsinə ötürüldükdən sonra onun satıcı tərəfindən göndərildiyi bildirilir

Misal: Azərbaycan (satıcı) pambıqtəmizləmə zavodu ilə Bolqarıstan firması arasında xammal pambığın çatdırılması barədə müqavilə bağlamışdır. Çatdırmanın şərti: FAS (İnkoterms-2010). Müqavilədə satıcının məhsulu alıcıya harada verdiyi yer göstərilmişdir. (Gürcüstan, Poti limanı). Razılaşmada itirilmiş gəlirlərə, yaxud dəymiş ziyana görə də cərimələr nəzərdə tutulmuşdur.

Bolqarıstan firması öz növbəsində Bolqariyanın pambıq – parçalar kombinatları ilə xammal çatdırmaq barədə müqavilələr bağlamışdır. Məhsul satıcı tərəfdən təbii fəlakətlərdən sığorta ediləndir. Gürcüstan ərazisindən keçərkən yük ilə dolu nəqliyyat selə düşür və mal batır.

Vəziyyəti şərh edərkən görürük ki, satıcı təyin olunmuş yerə malı çatdırma bilməyib (Poti limanı). Bu halda satıcı təcili yeni bir partiya pambığı limana göndərməlidir. Eyni zamanda, o, nəzərdə tutmalıdır ki, gecikməyə görə cərimə ödəməlidir və Bolqar tərəfi itirilmiş gəlirlərə görə, yaxud dəymiş ziyana görə məhkəmə qarşısında iddia qaldıra bilər. Satıcı öz növbəsində əgər sənədləşmənin düzgün aparılmışdısa, itirilmiş mala görə sığorta şirkətindən təminat ala bilər.

C qrupu: CFR, CIF, CPT, CIP

	... dan daşınma	Əsas daşınma	... sonra daşınma
Mal			
Risk			
Xərclər			

- **CFR**- yüklənmə limanında gəminin tutacağından göyertəsinə ötürüldükdən sonra. Satıcı malın təyinat limanına çatdırılması üçün zəruri olan bütün xərcləri və fraxtı ödəməlidir. Lakin, mal göndərildiyi andan etibarən onun məhvi (zədələnməsi) və digər hadisələr nəticəsində başverən xərclər alıcının üzərinə keçir.
- **CIF**- satıcı həmçinin sığorta müqaviləsini minimal məbləğə bağlayır.
- **CPT**- satıcı malı özü təyin etdiyi daşıyıcıya (dəmir ya avtomobil yolları, dəniz ya hava yolları ilə). Mal göndərildikdən sonra bütün risklər alıcıya keçir.
- **CIP**- mal əlavə sığortalanır

Misal: Papua Yeni Qvineya-dan olan "P" şirkəti və Azərbaycan firması "A", CIF şərti ilə müqavilə imzaladılar. Buna əsasən, "P" xüsusi, papua ətirli şərab məhsullarının satıcısı kimi çıxış edir, "A" şirkəti isə alıcıdır. Məhsul təbii fəlakətlərdən sığorta olunub. "P" şirkəti «T» ekspeditor şirkəti ilə müqavilə bağlayıb. Bu müqaviləyə əsasən Papuadan Azərbaycana məhsul daşınacaq.

Kontinentdə məhsulu gəmidən avtonəqliyyata yüklədilər və bu zaman malın düzgün qablaşdırılma aparılmadığından məhsulun bir hissəsi sındı. Yolda məhsul daşıyanın diqqətsizliyi ucbatından malın daha bir hissəsi isə oğurlandı.

Vəziyyəti şərh edərkən aydın olur ki, CIF şərtlərinə görə satıcı malı Papuadan göndərəndən sonra öz öhdəliklərini yerinə yetirmiş sayılır və bütün mümkün risklər və xərclər alıcının üzərinə keçir. Eyni zamanda malın bir qismi düzgün qablaşdırılmadığından sındığından satıcının səhvidir, çünki hər bir halda satıcı yükün fiziki bütövlüyünü təmin etməlidir. Bu səbəbdən satıcı alıcının tələbi ilə ya çatışmayan hissəni yenidən göndərməlidir, yaxud onun əvəzinə təzminat ödəməlidir. Oğurlanan mallara görə isə satıcı məsuliyyət daşımır. Alıcı isə oğurlanan mallara görə nə sığorta şirkətindən təzminat ala biləcək, nə də ki, nəqliyyat şirkətini məhkəməyə verə biləcək. Belə ki, nəqliyyat şirkəti ilə müqaviləni satıcı tərəf bağlamışdır.

D qrupu:

DAT, DAP, DDP

	... dan daşınma	Əsas daşınma	... sonra daşınma
Mal			
Risk			
Xərclər			

- **DDP** - “Rüsum ödənilərək çatdırılmışdır” termini – satıcının idxal üzrə gömrük vergi və rüsumları ödənilərək malı alıcının ölkəsində təyinat yerində alıcıya verilməsi.

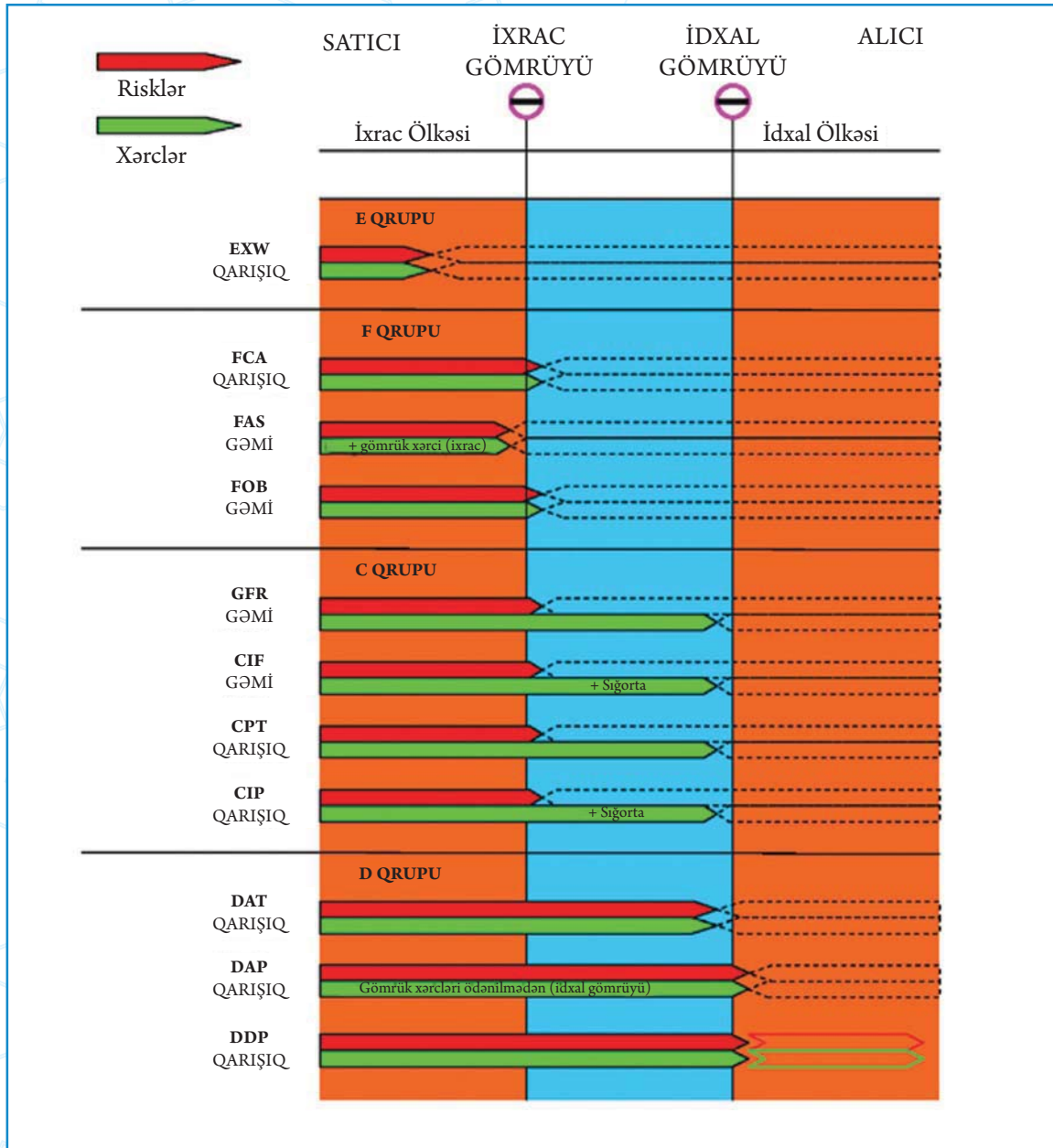
	... dan daşınma	Əsas daşınma	... sonra daşınma
Mal			
Risk			
Xərclər			

DDP

Misal: Azərbaycan şirkəti “D” şərtləri əsasında Rusiyaya tərəvəz ixrac etmək məqsədi ilə müqavilə imzaladı. Azərbaycan şirkəti Rusiyaya məhsulun çatdırılması ilə bağlı nəqliyyat şirkəti ilə müqavilə bağladı və iki maşın tərəvəz yüklədi. Çeçenistanda terror hadisəsi nəticəsində, yük maşının biri təsadüfən məhv oldu.

Vəziyyəti şərh edərkən biz görürük ki, malın çatdırılması şərtlərinə əsasən Azərbaycan tərəfi təcili bir maşın tərəvəz Rusiyaya göndərməlidir. İtirilmiş məhsula görə sığorta şirkətindən təzminat yalnız o halda almaq olar ki, yük terrorist hücumlarına qarşı sığortalanıb və nəqliyyat şirkətinin heç bir günahı yoxdur.

INCOTERMS 2010





MODUL VI

MODUL VI. İXRAC QIYMƏTİNİN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

Dünya bazarlarında rəqabətin ildən-ilə artması, şirkətlərin marketing alətlərindən biri olan qiymət faktorun əhəmiyyətini daha da artırır. Dəqiq hazırlanmış marketing siyasəti və marketing planı olmadan beynəlxalq bazarlarda məhsul və xidmətlər satmaq demək olar ki, mümkün deyil. Belə bir siyasətin və planın hazırlanması üçün hər şeydən əvvəl beynəlxalq bazarın araşdırılması və marketing kompleksinin hazırlanması tələb olunur. Müxtəlif bazarlarda qiymətlərin müəyyənəşdirilməsi üçün müxtəlif amillərin nəzərə alınması vacibdir. Qiymət tələbata və satışı təsir edən əsas amillərdən biridir. Məhsul və ya xidmətlərini ixrac etmək və xarici bazarlarda müvəffəqiyyət qazanmaq istəyən iş adamı öz qiymət siyasətini düzgün müəyyənəşdirməlidir. Xarici bazarlar üçün qiymətin müəyyənəşdirilməsi zamanı həmin bazarda analoji məhsulların qiyməti, tələbat, rəqabət mühiti və s. faktorların öyrənilməsi və nəzərə alınması vacibdir. İxrac məhsullarının qiymətlərinə təsir edən amillər diqqətlə öyrənilməli və qiymət siyasəti düzgün müəyyənəşdirilməlidir. Əks təqdirdə şirkətin həmin bazarlarda uğur qazanması və istədiyi gəliri əldə etməsi demək olar ki, mümkün deyil.

Qiymət siyasəti

Xarici bazarlarda qiymət siyasətinin müəyyənəşdirilməsinə təsir edən əsas amillər aşağıdakılardır:

- ✓ Hədəf bazarında qiymətin rolu
- ✓ Qiymətin hesablanması metodu
- ✓ Yeni məhsullar üzrə qiymət siyasəti
- ✓ Müxtəlif bazarlarda eyni və ya müxtəlif qiymətlər
- ✓ Qiymətin məhsulun həyat dövrünə uyğunlaşdırılması
- ✓ Qiymət üzrə məhdudiyyətlər və s.

Qiymət siyasətini müəyyənəşdirərkən ixracatçı əsas iki yanaşmadan birini seçə bilər:

- ✓ aktiv qiymət yanaşması
- ✓ passiv qiymət yanaşması

Aktiv qiymət yanaşması – burada şirkət marketingin əsas alətlərindən biri olan qiymətdən aktiv alət kimi istifadə etməklə hədəf bazarında qarşısına qoyduğu hədəflərə nail olmağa çalışır. Bu yanaşmada hədəf bazarlarının monitorinqi və bazardakı dəyişikliklərə çevik cavab vermək imkanlarından istifadə edilməli, şirkətin qiymət siyasəti hədəf bazarının tələblərinə uyğunlaşdırılmalıdır.

Passiv qiymət yanaşması – bu yanaşmadan daha çox əsas satış bazarı daxili bazar olan və məhsulunu yalnız ixrac etməklə kifayətlənən şirkətlər istifadə edirlər. Onlar hədəf bazarındakı biznes mühitindən əsasən xəbərsiz olur və xarici bazar üçün qiymətlərin müəyyənəşdirilməsi şirkətin xarici tərəfdaşlarının üzərinə düşür

Qiymət Beynəlxalq Ticarətin əsas elementlərindən biri olaraq aşağıdakı məsələlərlə birbaşa əlaqədərdir:

- ✓ Düzgün kəmiyyət (miqdar) (*kəmiyyət artdıqca qiymət enir*)
- ✓ Düzgün müəyyənəşdirilmiş keyfiyyət (*hədəf bazarının keyfiyyətə tələbi*)
- ✓ Düzgün vaxt (*hansı hədəf bazarına və nə vaxt girmək daha yaxşıdır*)
- ✓ Düzgün xərclər və ya düzgün qiymət (*qiymətin müəyyənəşdirilməsində xərclərin rolu və seçilən metodologiya*)

Qiymətin marketinq aləti kimi əsas məqsədləri aşağıdakılardır:

- ✓ Bazar payının qorunması və ya artırılması
- ✓ Qiymətin rəqiblərlə müqayisə edilməsi
- ✓ Rəqabətə davamlı olmaq
- ✓ Nəzərdə tutulan gəlirlərə nail olmaq və ya gəlirləri artırmaq
- ✓ İstehsal gücündən tam istifadə etmək
- ✓ Yüksək keyfiyyət imicini yaratmaq
- ✓ Biznesin davamlılığına nail olmaq
- ✓ Bütün yuxarıda sadalananlar düzgün qiymətin müəyyənləşdirilməsi üçün zəmin yaradır

İxrac qiymətləri çevik olmalıdır!

Düzgün qiymət nə deməkdir?

Qiymətin müəyyənləşdirilməsinə bir sıra amillər təsir edir. Bu amillərin bəzilərinə nəzarət etmək mümkündür və bu amillər daxili amillər adlanır. Nəzarət altında olmayan amillərə isə xarici amillər deyilir.

Daxili amillər (*nəzarət edilə bilən amillər*)

Məhsulun maya dəyəri

Buraya məhsulun istehsalı və qablaşdırılması xərcləri də daxildir (xammal, işçi qüvvəsi, icarə, idarəetmə və inzibati xərclər)

Satış və çatdırma xərcləri

Beynəlxalq ticarətdə nəqliyyat və çatdırma xərcləri mühüm rol oynayır. Malların ixrac edilməsi zamanı bu xərclərin düzgün anlaşılması vacibdir.

Malların keyfiyyəti

Unikal və ya nadir məhsullar daha baha qiymətə satıla bilər.

Marketinq xərcləri

İnkişaf etmiş bazarlarda mal satmaq üçün bazara irəliləmə xərcləri nəzərə alınmalıdır.

Məhsulun tanınması və imici

Reklam və digər məlumatlar məhsulun cəlbediciliyini və tələbatını artırmağa kömək edə bilər.

Xarici amillər (*nəzarət altında olmayan amillər*)

Hədəf bazarında qəbul olunmuş qiymətlər

Bəzi hallarda hədəf bazarlarında qiymət mövcud olan analoji məhsulların qiyməti ilə müəyyən olunur.

Tələb və təklif

Bu hədəf bazarında məhsula olan tələbatla müəyyənləşdirilir. Məsələn mövsümi xarakter daşıyan meyvə və tərəvəz və s.

Rəqabət mühiti

Rəqabət mühitinin sərt olması qiymətlərə təsir edir. Bir çox hallarda ixracatçı bu qiymətlərə uyğunlaşmalıdır.

Xarici valyuta məzənnələri

Qiymətlər bəzi hallarda xarici valyutanın məzənnəsinin dəyişməsinə uyğun dəyişir. Qiymətin müəyyənləşməsində bunu nəzərə almaq lazımdır.

Qiymətqoyma üsulları

Qiymətqoymada daha çox istifadə olunan əsas iki yanaşma mövcuddur:

- ✓ Xərclərə əsasən qiymətqoyma
- ✓ Bazara əsasən qiymətqoyma

Xərclərə əsasən qiymətqoyma (Əlavə 6-1)

Burada məhsulun maya dəyərini üzərinə istehsalçının əldə etmək istədiyi gəlir marjası əlavə olunur. Bu üsulun əsas zəif cəhəti ondan ibarətdir ki, burada məhsula olan tələbat nəzərə alınmır və satıcının məhsullarını sata bilməməsi ilə nəticələnə bilər.

Bu yanaşmanın əsas üsulları aşağıdakılardır:

- ✓ Bütün xərclərə əsasən qiymətqoyma
- ✓ Birbaşa xərclərə əsasən qiymətqoyma
- ✓ Marjinal xərclərə əsasən qiymətqoyma
- ✓ Zərərsizlik nöqtəsinə əsasən qiymətqoyma

Misal: "Class.edu" şirkəti dəbdə olan avtoqələmlərin istehsalı və satışı ilə məşğuldur. Şirkət hər bir avtoqələmi 7,0 AZN satır. Şirkətin istehsal gücü aylıq 20 000 ədəd avtoqələm istehsal etmək imkanı verir və bu zaman bir avtoqələmin istehsalı üçün aşağıdakı məsrəflər nəzərdə tutulub:

Xərclərin təsviri	Məbləğ AZN-lə
İstehsal xərcləri:	
Əsas materiallar (xammal)	1,00
Əmək haqqı xərcləri	1,20
Dəyişən izafi xərclər	0,80
Sabit izafi xərclər	0,50
Cəmi istehsal xərcləri	3,50
Satış xərcləri:	
Dəyişən	1,50
Sabit	0,90
Cəmi satış xərcləri	2,40

Şirkət, xarici bazara çıxmaq fikrindədir. Şirkət bir dəfəlik 10 000 avtoqələm satmaq müqaviləsini bağlamaq istəyir. Daxili bazarda satışların həcmi dəyişilmir. Şirkətin kifayət qədər azad istehsal gücü var. Müqavilə üzrə şirkət bir avtoqələmdə 1,0 AZN xalis gəlir əldə etmək nəzərdə tutur.

Bu müqavilə üzrə hər 4 üsulla qiymətin müəyyən edilməsi aşağıda göstərilir.

Bütün xərclərə əsasən qiymətqoyma

Bu üsulda bütün dəyişən və sabit xərclər, eləcə də istehsalçının əldə etmək istədiyi xalis gəlir nəzərə alınır. Bu üsula əsasən hesablanan qiymət **6,9 AZN** bərabərdir.

$$3,5_{AZN} + 2,4_{AZN} + 1,0_{AZN} = 6,9_{AZN}$$

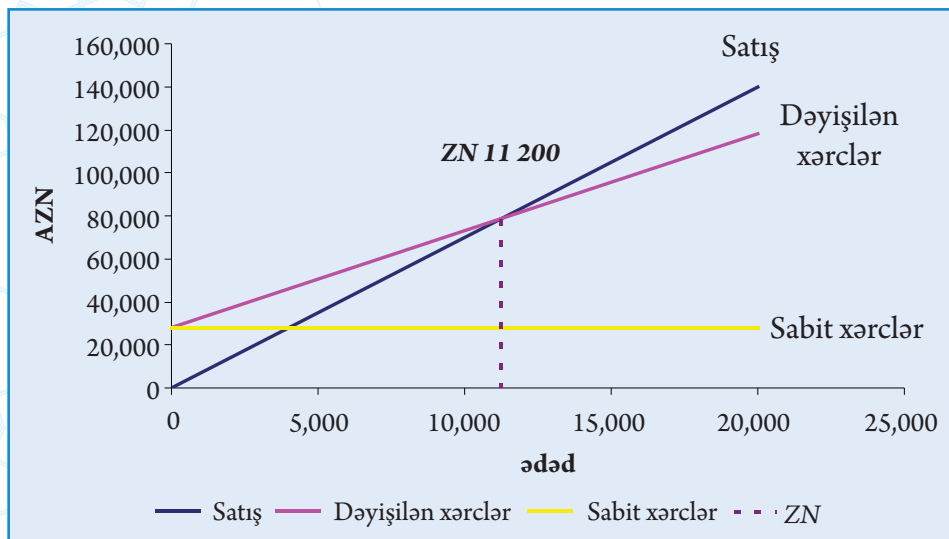
Burada:

3,5 AZN – cəmi istehsal xərcləri

2,4 AZN – cəmi satış xərcləri

1,0 AZN – nəzərdə tutulan xalis gəlir

Zərərsiz nöqtənin müəyyən edilməsi



Məsrəflər dəyişən və sabit xərclər kimi təsnifləşdirilə bilər. Dəyişilən xərclər istehsal artdıqca artırlar, sabit xərclər isə istehsalın həcmindən asılı olmayaraq dəyişməz qalırlar.

Zərərsiz nöqtə nə mənfəət nə də ki, zərərin olmadığı satış həcmi əks etdirir.

$$ZN = \frac{SX^1}{(Q^1 - DX^1)}$$

Burada:

ZN – zərərsizlik nöqtəsi

SX^1 – cəmi sabit xərclər

Q^1 – bir adədin qiyməti

DX^1 – bir adədə dəyişən xərclər

Birbaşa xərclərə əsasən qiymətqoyma

Birbaşa xərclərə əsasən qiymətqoyma xüsusi formula əsasən hesablanır:

$$BX = XM + BX + DX + IX + IG$$

Burada:

BX – birbaşa xərclər

XM - əsas materiallar (xammal)

BX – birbaşa işçi xərcləri

DX – dəyişən istehsal xərcləri

IX – izafi istehsal xərclər

IG – istehsalçının xalis gəliri

Bizim misala əsasən

$$BX = 1,0 \text{ Azn} + 1,2 \text{ Azn} + 0,8 \text{ Azn} + 0,5 \text{ Azn} + 1,0 \text{ Azn} = 4,5 \text{ Azn}$$

Burada:

Əsas materiallar (xammal) (*XM*)

1,00 Azn

Əmək haqqı xərcləri (*BI*)

1,20 Azn

Dəyişən izafi xərclər (*DX*)

0,80 Azn

Sabit izafi xərclər (*IX*)

0,50 Azn

Istehsalçının xalis gəliri (*IG*)

1,0 Azn

Marjinal xərclərə əsasən qiymətqoyma

Marjinal xərclərə əsasən qiymətqoyma üsulu xüsusi mühasibatlıq üsuludur. Burada marjinal xərclər əlavə **dəyişən xərclər** əsasında müəyyən olunur.

Bu üsulda istehsal olunan məhsulun 1 vahidinin qiyməti ümumi xərclərin dəyişməsinə uyğun olaraq müəyyənləşdirilir.

Məsələn: İxrac məhsullarının qiymətinin müəyyənləşdirilməsi zamanı sabit xərclər nəzərə alınmaya bilər belə ki, bu xərclər daxili bazarda satılan məhsullardan əldə olunan gəlir hesabına ödənilir.

Bizim misala əsasən qiymət bərabərdir:

$$Q = 1,0 \text{ Azn} + 1,2 \text{ Azn} + 0,8 \text{ Azn} + 1,0 \text{ Azn} = 4,0 \text{ Azn}$$

Burada:

Əsas materiallar (xammal)

1,00 Azn

Əmək haqqı xərcləri

1,20 Azn

Dəyişən izafi xərclər

0,80 Azn

Istehsalçının xalis gəliri

1,0 Azn

Qeyd: Yuxarıda əks olunan xərclər dəyişilən xərclərdir.

Zərərsizlik nöqtəsinə əsasən qiymətdəyişmə

Zərərsizlik nöqtəsinə əsasən qiymətdəyişmə şirkətə alternativ qiymətlərin cəmindən əldə olunan gəlirlərin nəticələrini müqayisə etmək imkanı verir.

Şirkət maksimum gəlirə nail olmaq üçün qiyməti satış həcminə görə müəyyənləşdirə bilər. Bizim misalda istehsalatla əlaqəli sabit izafi xərclər 0,5 AZN təşkil edir. Bu norma əsasında 10 min ədəd üçün izafi sabit xərclər (İX) 5000 AZN bərabər olacaq. Qiyməti (Q) bilmirik, istehsal üçün nəzərdə tutulan bir vahidə dəyişilən xərclər 3,0 AZN bərabərdir. Zərərsiz nöqtəsinin müəyyən edilməsi düsturundan istifadə edək və qiyməti hesablayaq.

$$10000 \text{ ədəd} = 5000 \text{ Azn} / (Q - 3 \text{ Azn})$$

$$Q = 3,5 \text{ Azn}$$

Qeyd: Daxili bazarda çəkilən satış xərcləri bütün hallarda qiymətin müəyyən edilməsində nəzərə alınmır.

Bazara əsasən qiymətdəyişmə

Bazara əsasən qiymətdəyişmənin iki əsas üsulu vardır:

- ✓ Tələbat əsasən qiymətdəyişmə
- ✓ Rəqabət əsasən qiymətdəyişmə

Tələbat əsasən qiymətdəyişmə

Bu üsul müştərilərin qəbul etdiyi dəyərin qiymətinə əsaslanır. Burada yüksək qiymət müştəri marağının yüksək olduğunu və aşağı qiymət müştəri marağının aşağı olduğunu göstərir.

Rəqabət əsasən qiymətdəyişmə

Bu üsul rəqiblərin davranışlarının dəyişməsinə əsaslanır. Burada ixracatçılar qiymətlərini öz rəqiblərinə əsasən müəyyənləşdirir.

Bunun üçün əsas formalar aşağıdakılardır:

- ✓ **Tariflərə uyğun qiymət** – burada qiymət bazarın aparıcı şirkətləri tərəfindən müəyyənləşdirilir.
- ✓ **Təklif qiymətləri** – şirkətlərin tenderlərdə qalib gəlmək üçün müəyyənləşdirdiyi qiymətləridir.

Beynəlxalq ticarətdə istifadə olunan əsas qiymət növləri bunlardır:

- ✓ **Bazis qiyməti** – məhsulun növünün və keyfiyyətinin müəyyən edilməsi üçün istifadə olunur, alıcı və satıcı arasında danışıqlarda müəyyən olunur
- ✓ **Alqı-satqı qiyməti** – malların göndərilməsi şərtləri ilə müəyyən olunur (Incoterms);
- ✓ **Dünya qiyməti** – məhsulların növündən asılı olaraq müəyyənləşdirilir
- ✓ **Xammal** – ixrac və ya idxal ölkələri tərəfindən müəyyənləşdirilən qiymət
- ✓ **Aparıcı dünya şirkətlərinin həmin mallar olan qiymətləri** – birjalarda və ya auksionlarda müəyyənləşir
- ✓ **Monopoliya qiyməti** – bazardakı inhisarçılar tərəfindən müəyyənləşir
- ✓ **Topdan satış qiyməti** – böyük kəmiyyətdə satılan malların qiymətlərini əks etdirir, müxtəlif mənbələrdə dərc olunur
- ✓ **Pərakəndə satış qiyməti** – kiçik həcmli satışlar üçün müəyyən olunur

Əsas qiymət strategiyaları:

- ✓ **“Qaymaq yığıma” strategiyası** – əsasən təbii və süni inhisarçılar tərəfindən bu və ya digər məhsulların / xidmətlərin çox yüksək qiymətlər üzərindən təklif olunmasıdır. Şirkət bazardakı tələbatın böyük olduğundan istifadə edərək müəyyən bir müddət ərzində bu strategiyadan istifadə edə bilər
- ✓ **Bazara uyğun qiymət strategiyası** - əsasən bazarda artıq analoji məhsullara qiymət səviyyəsi müəyyən olmuş olduqda və xarici bazarlarda rəqabətə davamlı olmaq üçün istifadə olunur. Bu strategiya şirkətdən istehsal xərcləri haqqında dərin biliklərinin olmasını tələb edir
- ✓ **Bazara girmə strategiyası** – mal və xidmətləri üçün müəyyən edilmiş aşağı qiymətlər, satış həcmünün artması hesabına kompensasiya olunur. Bu strategiya daha çox iri bazarlarda və müştərilərin aşağı qiymətlərə həssas olduqları zaman tətbiq edilir

İXRAC QIYMƏTLƏRİNİN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ**İxrac qiymətlərinin fərqli olmasının əsas səbəbləri:**

- ✓ İxracla bağlı xərclər
- ✓ İxrac bazarında tələbat
- ✓ İxrac bazarında rəqabət və s.

Bütün sadalanan amillərlə yanaşı qiymətin müəyyənlişməsinə təsir edən qeyri-qiymət faktorlarını da nəzərə almaq lazımdır. Əsas qeyri-qiymət faktorları aşağıdakılardır:

- ✓ Keyfiyyət və qiymət arasında əlaqə
- ✓ Satışdan sonrakı servis
- ✓ Satışdan əvvəlki servis
- ✓ Vaxtında çatdırma
- ✓ İddialar və tələblər
- ✓ Çeşid imkanları
- ✓ Satışın təşviq edilməsi (promotion)
- ✓ Əl işləri üçün yüksək qiymətlər və s.

Qeyd olunduğu kimi ixrac qiymətlərinin müəyyənlişməsinə müxtəlif amillər də təsir edir. İxrac qiymətlərinin müəyyənlişdirilməsinə təsir edən əsas amillər aşağıdakılardır:

- ✓ **Xüsusi qablaşdırma** – qablaşdırma ilə bağlı idxal ölkəsinin tələbləri, idxal ölkəsinin ənənələri və ya xüsusi marketinq məqsədləri
- ✓ **Bank xərcləri** – İxrac əməliyyatının maliyyələşdirilməsi və ödəmə növündən asılı olaraq bank xərcləri də müxtəlif ola bilər
- ✓ **İxrac ölkəsində daxili daşınma** – ölkə daxilində malların daşınma şərtlərindən asılı olaraq müəyyənlişdirilir
- ✓ **Daşınma xərcləri** – alıcı ilə satıcı arasında razılaşdırılmış daşınma şərtləri ilə bağlıdır
- ✓ **İxrac gömrük xərcləri** – ixrac oluna məhsulların növündən və ixrac ölkəsinin gömrük qaydaları və rüsumları ilə müəyyənlişdirilir
- ✓ **Əlavə sənədlər** – mal və xidmətlərin bu və ya digər ölkələrə ixracı zamanı idxalçı və ya onun ölkəsi tərəfindən tələb olunan əlavə sənədləri nəzərdə tutur
- ✓ **Satışdan sonrakı xərclər** – belə xərclərə misal kimi şirkətin satdığı məhsullara zəmanət verməsini göstərmək olar
- ✓ **Təbliğət / təşviqat (promotion)** – ixrac bazarında aktiv siyasət aparan, reklam və təbliğət fəaliyyətinə xərclənən vəsaitləri nəzərdə tutur
- ✓ **Yoxlama xərcləri (inspection)** - (məsələn, keyfiyyət sertifikatı, baytarlıq sertifikatı və s.)
- ✓ **Digər maneələr**

Xərclərə əsasən qiymətkəymə modeli

EXW	EX WORKS	\$
+	Wholesale price (not including GST or delivery)	100
	EXW (Named Place)	100
FOB	FREE ON BOARD	
	<i>EXW Price plus</i>	100
+	Transport to carrier (eg wharf, airport)	17
+	Customs clearance (ECN)	8
+	Additional packing/labour for transport	5
+	Agent's commission (eg 10% of FOB price)	13
	FOB (Named Place)	143
CFR	COST AND FREIGHT	
	or	
CPT	CARRIAGE PAID TO	
	<i>FOB Price plus</i>	143
+	Sea/air freight charges to wharf/airport	32
+	Sea/air document fees (eg Airway Bill, B/L)	11
+	BAF (Bunker Adjustment Factor)**	2
+	Transport contingency [#]	2
	CFR or CPT (Named Place)	190
CIF	COST, INSURANCE, FREIGHT	
	<i>CFR or CPT price plus</i>	190
+	Marine Insurance Premium	2
	CIF (Named Place)	192
DDP	DELIVERY DUTY PAID***	
	<i>CIF plus</i>	192
+	Import duty/tax (calculated as 20% of CIF price)	39
+	Customs clearance fees	8
+	Delivery charge from airport to customer	10
	DDP (Named Place)	249

[#] Suggested 5% of transport costs.

^{**} May be charged by shipping/airfreight company (fuel surcharge).

^{***} Please note in some markets that sales taxes/VAT/GST may be applicable. Seek further advice from a local financial adviser.



MODUL VII

MODUL VII. GÖMRÜK VƏ GÖMRÜK YÜK BƏYANNAMƏSİ

Bu bölmədə malların ixracına qərar verilməsindən onların Azərbaycanın gömrük məntəqələrindən keçirilməsinə qədər olan mərhələlər və onlara aid məsələlər haqqında məlumat verəcəyik. Malların ixracı müxtəlif rejimlərdə və müxtəlif vasitələrlə həyata keçirilə bilər ki, biz burada onlardan yalnız bir qismi haqqında bəhs edəcəyik. İxracdakı payın nəzərə alaraq biz burada yalnız normal ixrac rejimi altında avtomobil nəqliyyatı vasitəsilə ixracı nəzərdə tutulan məhsullarının Azərbaycandan ixracı proseduraları haqqında şərh verəcəyik. Eləcə də, bu bölmədə malların idxal proseduraları və şərtləri, dövlət müəssisələri tərəfindən aparılan idxal-ixrac proseduraları haqqında danışmayacağıq.

Onu da qeyd edək, malların ixracı ilə bağlı bəzi məsələlər (müqavilələr, İNCOTERMS, ixrac marketinqi, transport və daşıma, ödənişlər və s.) haqqında digər bölmələrdə məlumat verildiyindən biz onları bu bölmədə izah etməyəcəyik.

İdxal proseduraları, digər nəqliyyat vasitələri ilə ixrac proseduraları və ixraca dair digər məsələlər haqqında məlumat əldə etmək istəyirsinizsə gömrük sahəsində müvafiq qanunvericilik aktlarına, Dövlət Gömrük Komitəsinin sayıtına (www.customs.gov.az) və bu təlimatın digər bölmələrin müraciət edin.

Gömrük və gömrük prosedurları

Məlum olduğu kimi gömrük işinin əsas məqsədi malların və nəqliyyat vasitələrinin digər ölkələrə aparılması və gətirilməsinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarını müəyyənləşdirib icra etmək, eləcə də ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin, suverenliyinin və maraqlarının müdafiəsidir. Malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük məntəqələrindən keçirilməsinin şərtləri və proseduraları seçilən gömrük prosedurlarından asılıdır. Odur ki, gömrük proseduru malların idxal-ixracı şərtləri və qaydaları, eləcə də gömrük orqanlarının fəaliyyətində həlledici rola malikdir. Bunu nəzərə alaraq bu bölmədə əsas diqqəti gömrük prosedurlarına yönəldəcəyik. Gömrük prosedurlarından isə yalnız ixracla əlaqəli olanları haqqında məlumat verəcəyik.

Qanunvericiliyə əsasən gömrük proseduru gömrük məqsədləri üçün Azərbaycan Respublikasının gömrük sərhədindən keçirilən malların və nəqliyyat vasitələrinin statusunu müəyyən edən müddəaların məcmusudur. Daha sadə dildə desək, gömrük proseduru sərhəddən malların keçirilməsinin şərtlərini müəyyənləşdirən bir mexanizmdir. Yəni, idxal-ixrac edilən mallara dair gömrük ödənişləri, gömrük rəsmiləşdirilməsi və gömrük nəzarəti şərtləri həmin malların hansı prosedur (rejim) altında gətirilməsindən və aparılmasında asılıdır. Mövcud Gömrük Məcəlləsinə əsasən aşağıdakı gömrük prosedurları və xüsusi gömrük prosedurları müəyyənləşdirilib:

- 1) sərbəst dövriyyə üçün buraxılış
- 2) təkrar idxal
- 3) tranzit (beynəlxalq və daxili tranzit)
- 4) saxlanc (müvəqqəti saxlanc və gömrük anbarlarında saxlanc)
- 5) sərbəst zona

- 6) xüsusi istifadə (müvəqqəti idxal və son istifadə)
- 7) emal (daxildə və xaricdə emal)

Yuxarıda qeyd edilən rejimlərdən ixracla əlaqəli olanlarının mahiyyəti haqqında şərh verək.

1 Sərbəst dövriyyə üçün buraxılış - Daxili bazarda satılma, istifadə və ya istehlak üçün nəzərdə tutulan xarici mallara dair bütün gömrük ödənişləri ödənildikdə və xarici mallar üzərində ticarət siyasət tədbirləri başa çatdıqda həmin mallar sərbəst dövriyyə üçün buraxılış gömrük proseduru altında yerləşdirilir. Sərbəst dövriyyə üçün buraxılış gömrük proseduru altında yerləşdirilən xarici mallara daxili mal gömrük statusu verilir.

2 Təkrar idxal - Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisindən aparılmış Azərbaycan mallarının 3 il ərzində gömrük rüsumları və vergilər alınmadan, həmçinin bu mallara iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən geriyyə gətirilməsindən ibarət gömrük proseduru. Bir qayda olaraq, mallar təkrar idxal proseduru altında ixrac olunarkən ixrac gömrük rüsumu, yığıcı və vergiləri ödənilir və mal 3 il müddətində idxalçı ölkədə satılmadıqda və digər səbəblər üzündən geri qaytarılarsa və üzərində heç bir dəyişiklik aparılmazsa, ödənilən gömrük rüsumları və vergiləri geri qaytarılır. Təkrar idxal proseduru ilə geriyyə qaytarılan mallar tam və ya qismən qaytarıla bilər. Sərbəst dövriyyəyə olmuş və ya daxildə emal edilmiş mallar da təkrar idxal gömrük proseduru altında yerləşdirilə bilər. Daha ətraflı məlumatı Nazirlər Kabinetinin 12 oktyabr 2012-ci il tarixli 229 sayılı qərarından əldə edə bilərsiniz.

3 Tranzit (beynəlxalq və daxili) - malların gömrük nəzarəti altında, iki gömrük orqanı arasında aparılması deməkdir. Tranzitlə göndərilən mala gömrük rüsumları, xarici dövlətlərin ərazisindən keçdikdə isə həmin dövlətlərin gömrük rüsumları, vergilər və iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmir. Tranzit göndərişləri zamanı mallar göndərən gömrük orqanları tərəfindən müəyyən olunmuş müddətə təyinat gömrük orqanına çatdırılmalıdır. Beynəlxalq tranzit göndərişlərində, mal bir ölkədən müəyyən edilmiş qısa müddət ərzində idxalçı ölkəyə çatdırılmalıdır. Malların tranziti Dövlət Gömrük Komitəsinin icazəsi ilə həyata keçirilir. Mal daşıyıcısı malı təyinat gömrük orqanına çatdırmadıqda və ya itirdikdə, həmin malı digər gömrük proseduru altında yerləşdirir və seçdiyi rejimə müvafiq gömrük ödənişlərini ödəyir.

4 Saxlanc - bu xüsusi gömrük proseduru müvəqqəti saxlanc və gömrük anbarı prosedurlarından ibarətdir. Xarici mallar saxlanc xüsusi gömrük proseduru altında idxal gömrük rüsumları, idxal üzrə əlavə dəyər vergisi və aksizlər alınmadan, ticarət siyasəti tədbirləri tətbiq olunmadan gömrük və müvəqqəti saxlanc anbarlarında gömrük nəzarəti altında yerləşdirilir. Daxili malların saxlanc xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi halları və şərtləri Dövlət Gömrük Komitəsi tərəfindən müəyyən edilir.

Müvəqqəti saxlanc – Gömrük ərazisinə gətirilən mallar (sərbəst zonaya gətirilənlərdən başqa), sərbəst zonadan gömrük ərazisinin digər hissəsinə gətirilən mallar, barəsində beynəlxalq tranzit xüsusi gömrük proseduru başa çatmış mallar mal sahibinin müraciəti (qısa idxal bəyannaməsi və ya tranzit sənədi əsasında) əsasında Gömrük orqanları tərəfindən müvəqqəti saxlanc xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilə bilər. Bir qayda olaraq, malların müvəqqəti saxlanc gömrük proseduru altında qalma müddəti 4 (dörd) aydan çox olmamalıdır. Gömrük orqanları ayrı-ayrı malların xassələrindən və xüsusiyyətlərindən asılı olaraq həmin mallara daha qısa müddət müəyyən edə bilərlər. Saxlanc proseduru altında qalan malların sahibi saxlanc müddəti bitənədək başqa gömrük proseduru altında yerləşdirilmək üçün bəyan edilməli və ya gömrük anbarında yerləşdirilməlidir.

Gömrük anbarlarında saxlanınc – Xarici mallar gömrük anbarı xüsusi gömrük proseduru altında gömrük orqanlarının nəzarəti ilə yerləşdirilə və saxlanıla bilər. Gömrük anbarı yalnız Gömrük orqanları tərəfindən müvafiq lisenziya aldıqdan sonra fəaliyyət göstərə bilər. Gömrük anbarı istənilən şəxs tərəfindən istifadə edilə bilən açıq tipli və ya müəyyən malların saxlanması üçün nəzərdə tutulan qapalı tipli ola bilər. Gömrük orqanlarının icazəsi ilə gömrük anbarında daxili mallar yerləşdirilə və ya malların daxildə emal və ya son istifadə xüsusi gömrük prosedurları altında yerləşdirilərək, həmin prosedurlar üçün müəyyən edilmiş şərtlərə uyğun olaraq emal edilə bilər. Gömrük anbarında mallar 3 il müddətində saxlanıla bilər. Bu müddət ərzində mallar başqa gömrük proseduru altında yerləşdirilmək üçün bəyan edilir.

5 Sərbəst zona - gömrük ərazisində qapalı zona deməkdir, hansına giriş və çıxış gömrük nəzarəti altında həyata keçirilir. Sərbəst zonada malların yerləşdirilməsi, gömrük orqanlarının icazəsi ilə həyata keçirilir. Daxili mallar sərbəst zonaya gətirilə, orada saxlanıla, daşına, istifadə və emal oluna, habelə istehlak edilə bilərlər. Belə hallarda mallar sərbəst zona xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilmiş hesab edilmir. Xarici mallar sərbəst zonada olduğu müddətdə sərbəst dövriyyə üçün buraxılış gömrük proseduru, daxildə emal, müvəqqəti idxal və ya son istifadə xüsusi gömrük prosedurları altında yerləşdirilə bilər. Belə hallarda mallar sərbəst zona xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilmiş hesab edilmir. Bu rejim altında gətirilən və Azərbaycandan yerləşdirilən mallar sadələşdirilmiş gömrük rəsmiləşdirilməsindən keçirilməklə, yığım və ƏDV ödənilməklə satıla və digər əməliyyatlar keçirilə bilər. Gömrük orqanlarının icazəsi əsasında sərbəst zonaya gətirilmiş mallarla adi əməliyyatlar, o cümlədən onların qorunması, qablaşdırılması, keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə qablaşdırma yerlərinin qruplaşdırılması, çeşidlənməsi, markalanması və yenidən qablaşdırılması həyata keçirilə bilər. Sərbəst zonada malların saxlanması müddətlə məhdudlaşdırılmır.

6 Xüsusi istifadə (müvəqqəti idxal və son istifadə) – təkrar ixrac üçün nəzərdə tutulmuş xarici mallar müvəqqəti idxal proseduru altında yerləşdirilir. Bu mallardan gömrük rüsumlarından və vergilərdən tamamilə, yaxud qismən azad olunmaqla, habelə ticarət siyasəti tədbirləri tətbiq edilmədən gömrük ərazisində istifadə olunur. Qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş qaydalara uyğun olaraq mallar gömrük rüsumlarından tamamilə azad olduğu halda, onlar həmçinin, əlavə dəyər vergisindən və aksizlərdən də azad edilirlər. Müvəqqəti idxal xüsusi gömrük prosedurundan qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada yalnız mallardan hər hansı başqa dəyişikliyə məruz qalması nəzərdə tutulmadıqda, müvəqqəti idxal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilmiş mallar təkrar ixrac edildiyi zaman, onların eyniləşdirilməsini təmin etmək mümkün olduqda və prosedur sahibi gömrük ərazisindən kənarında təsis edildikdə istifadə olunur. Bir qayda olaraq, mallar eyni məqsəd üçün və eyni şəxsin məsuliyyəti altında müvəqqəti idxal proseduru altında 24 aya yerləşdirilə bilər.

Son istifadə xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilmiş mallar bu prosedurun məqsədinə uyğun olaraq gömrük rüsumlarından və vergilərdən azad edilməklə sərbəst dövriyyəyə buraxılır. Bu zaman həmin mallar gömrük nəzarəti altında qalır. Son istifadə xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilmiş mallar gömrük rüsumlarından və vergilərdən azad edilmənin tətbiqi üçün istifadə olunduqda, mallar ixrac və ya məhv edildikdə, yaxud onlardan dövlətin xeyrinə imtina olunduqda, mallardan gömrük rüsumlarından və vergilərdən azad olunmanın məqsədləri üçün istifadə edilmədiyi aşkar olunduqda və bununla əlaqədar qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş gömrük rüsumları və vergilər tam ödənildikdə, mallar gömrük idxal rüsumları, vergilər alınmadan və ticarət siyasəti tədbirləri tətbiq edilmədən gömrük ərazisində fəaliyyət göstərən rüsumsuz ticarət mağazalarında satıldıqda həmin mallar üzərində gömrük nəzarəti bitir.

7 Daxildə emal - daxildə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilən xarici mallar emal üçün Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisinə müvəqqəti idxal edilir. Daxili emal proseduru altında yerləşdirilən mallar iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən və idxal gömrük rüsumları və vergilər tutulmadan, xarici malların Azərbaycan Respublikası gömrük ərazisində müəyyən olunmuş qaydada bir və ya bir neçə emal əməliyyatında istifadə olunmasından ibarət gömrük rejimidir. Daxildə emal Gömrük orqanlarının verdiyi icazə əsasında həyata keçirilir. Daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunun başa çatma müddəti malların prosedur altında yerləşdirildiyi tarixdən başlayır və 2 il müddətində davam edə bilər.

Xaricdə emal - Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisində sərbəst dövriyyədə olan mallarla emal əməliyyatlarının aparılması məqsədi ilə onların gömrük ərazisindən müvəqqəti aparılması və sonradan idxal gömrük rüsumlarından və vergilərdən tamamilə, yaxud qismən azad olunmaqla geri qaytarılmasından ibarət xüsusi gömrük proseduru.

Xaricdə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilən daxili mallar emal üçün gömrük ərazisindən müvəqqəti ixrac edilir. Bu mallardan emal edilən emal məhsulları müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyən etdiyi hallarda və qaydada idxal gömrük rüsumlarından və vergilərdən tam və ya qismən azad edilməklə sərbəst dövriyyəyə buraxılır. Gömrük orqanı müvəqqəti ixrac edilmiş malların emal olunduqdan sonra gömrük ərazisinə təkrar idxal edilərək, sərbəst dövriyyəyə buraxılması müddətini müəyyən edir. Bu müddət 2 (iki) ildən artıq olmamalıdır. Mallar bu müddət ərzində təkrar idxal edildikdə, idxal gömrük rüsumlarından və vergilərdən müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyən etdiyi qaydada tamamilə və ya qismən azad olunurlar. Prosedur sahibin əsaslandırılmış müraciəti olduqda, bu müddət növbəti 1 (bir) ilədək uzadılır. Prezidentin "Xarici ticarətin daha da liberallaşdırılması haqqında" 609 sayılı Fərmanına əsasən malların əlavə olaraq aşağıdakı ixrac əməliyyatları müəyyənləşdirilir:

Kreditə ixrac - faktiki malların ixracından sonra haqqı müəyyən şərtlərlə və hər hansı müddət ərzində ödənilən malların ixracın nəzərdə tutur.

Konsiqnasiya yolu ilə ixrac - xarici şəxslərlə bağlanmış müqavilələrə əsasən respublika hüduqlarından kənarında satışı müəyyən müddət ərzində aparılan malların ixracını nəzərdə tutur. Konsiqnasiya ticarəti üçün ayrılan müddət malların gömrük orqanlarında bəyan edildiyi gündən etibarən 180 günə qədər müəyyən olunur. Satışdan əldə edilən vəsaitlər, mallar satıldıqca 10 bank günündən gec olmayaraq ixracatçının Azərbaycan Respublikasındakı bank hesabına daxil olmalıdır. Mallar yuxarıda göstərilən müddətdə satılmadıqda 30 gün ərzində Azərbaycan Respublikasına qaytarılmalıdır. Dövlət müəssisələri tərəfindən malların konsiqnasiya yolu ilə ixracı bağlanmış müqavilələr İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə aparılır.

Sərhədyanı ticarət - Sərhədyanı ticarət, müstəsna olaraq müvafiq sərhədyanı ərazi çərçivəsində istehsal olunan, eləcə də müvafiq sərhədyanı ərazi çərçivəsində istehlakı nəzərdə tutulan mallara münasibətdə yerli ehtiyacların ödənilməsi üçün Azərbaycan Respublikasının sərhədyanı ərazisində daimi yaşayış yeri olan bütün şəxslər tərəfindən Azərbaycan Respublikasının həmhüduq dövlətlərlə beynəlxalq müqavilələrində müəyyən olunmuş müvafiq sərhədyanı ərazidə xarici şəxslərlə həyata keçirilə bilər. Sərhədyanı ərazilər və sərhədyanı ticarət qaydaları İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin rəyi ilə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti tərəfindən müəyyən olunur.

Təkrar ixrac (reeksport) əməliyyatları - Təkrar ixrac əməliyyatları Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisinə daxil olan xarici mənşəli malların yenidən işlənmədən digər xarici ölkələrə ixrac əməliyyatlarını nəzərdə tutur. Təkrar ixrac əməliyyatları üzrə bağlanmış müqavilələr, Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq öhdəliklərində tələb olunan hallarda İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə, digər hallarda isə gömrük orqanlarında bəyan edilməklə icra olunur. Sərbəst dövriyyəyə buraxılışından 1 (bir) il ərzində gömrük ərazisindən təkrar ixrac olunan mallar müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyən etdiyi şərtlərə cavab verdikdə, həmin malların idxalı üçün ödənilmiş gömrük rüsumları və vergilər qaytarılır.

Müvəqqəti ixrac əməliyyatları - müvəqqəti ixrac əməliyyatları xarici ölkələrdə xidmət göstərilməsi, lizinq əməliyyatlarının aparılması, sərəgilərdə, yarmarkalarda iştirak və s. üçün malların yenidən işlənmədən Azərbaycan Respublikasına qaytarılması şərtilə ixracı əməliyyatlarını nəzərdə tutur. Dövlət müəssisələri tərəfindən müvəqqəti ixrac əməliyyatları üzrə bağlanmış müqavilələr İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə, digər şəxslər tərəfindən isə gömrük orqanlarında bəyan edilməklə icra olunur. Dövlət müəssisələri tərəfindən müvəqqəti olaraq göndərilmiş mallar bağlanmış müqavilələrlə nəzərdə tutulmuş müddətlər bitdikdən sonra 30 gündən gec olmayaraq Azərbaycan Respublikasına qaytarılmalıdır. Həmin mallar İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin icazəsi ilə istifadə olunduqları ölkələrdə satıla bilər. Bu satışdan əldə olunan valyuta ixracatçının Azərbaycan Respublikasındakı bank hesabına 10 gün müddətində daxil olmalıdır. Dövlət müəssisəsi olmayan digər şəxslər tərəfindən müvəqqəti ixrac olunmuş mallar bu Qaydalara və Azərbaycan Respublikasının digər qanunvericilik aktlarına uyğun olaraq müvafiq gömrük rüsumları ödənməklə istifadə olunduqları ölkələrdə satıla bilər. Digər halda bağlanmış müqavilələrlə nəzərdə tutulmuş müddətlər bitdikdən sonra həmin mallar 30 gündən gec olmayaraq Azərbaycan Respublikasına qaytarılmalıdır.

Nazirlər Kabinetinin sərəncamı əsasında aparılan ixrac-idxal əməliyyatları - Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 609 Fərmanının 1-ci Əlavəsində qeyd olunan malların idxalı və ixracı müstəsna olaraq Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin sərəncamları əsasında həyata keçirilir. Həmin malların kreditə, konsiqnasiya yolu ilə, həmçinin sərəhəyanı ticarət çərçivəsində ixracına yol verilmir.

Müvafiq dövlət orqanlarından rəy və lisenziya alınmaqla aparılan idxal-ixrac əməliyyatları - Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 609 Fərmanının 2-ci Əlavəsində göstərilən malların (xidmətlərin və əqli mülkiyyətin) ixracı və idxalı həmin əlavədə göstərilən müvafiq dövlət orqanlarının rəyi alınmaqla həyata keçirilir. Yuxarıdakı bənddə göstərilən malların kreditə konsiqnasiya yolu ilə, həmçinin sərəhəyanı ticarət çərçivəsində ixracına yol verilmir. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 609 Fərmanının 3-cü Əlavəsində göstərilən malların idxalını (ixracını) həyata keçirən rezidentlər müvafiq dövlət orqanlarından lisenziya almalıdırlar. Lisenziyanın verilməsi müddəti 15 gündür.

Barter əməliyyatları - barter əməliyyatları dəyəri ödənilmədən ekvivalent məbləğdə qarşılıqlı mal (xidmət və əqli mülkiyyət) mübadiləsini nəzərdə tutur. Barter əməliyyatlarında ekvivalent məbləğdə malların göndərilməsi və alınması müddəti 90 günə qədər müəyyən olunur. Ekvivalent məbləğdə qarşılıqlı mal mübadiləsi bu müddətdə başa çatmazsa, hesablaşma müqavilədə göstərilən valyuta ilə 10 bank günü ərzində yerinə yetirilməli və vəsait ixracatçının Azərbaycan Respublikasındakı bank hesabına köçürülməlidir. Barter əməliyyatları üzrə göndərilən və gətirilən malların gömrük bəyannamələrinin bir nüsxəsi mal bəyan olduğu tarixdən etibarən 7 gün ərzində gömrük orqanları tərəfindən müvəkkil banklara və İqtisadi İnkişaf Nazirliyinə göndərilir. Dövlət müəssisələri və əmlakında dövlətin yekun payı 50 faizdən yuxarı olan digər müəssisələr tərəfindən bağlanmış barter müqavilələri İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə, digər şəxslər tərəfindən bağlanmış barter müqavilələri gömrük orqanlarında bəyan edilməklə həyata keçirilir. Ekvivalent məbləğdə mal alınmadıqda və qarşılıqlı hesablaşma aparılmadıqda alınmayan malın dəyəri gizlədilmiş gəlir hesab edilir və mal göndərən şəxslər Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericiliyinə uyğun olaraq məsuliyyət daşıyırlar.

Kooperasiya əməliyyatları - kooperasiya əməliyyatları xammal, yarımfabrikatlar və məhsulların bu və ya digər (təmir, emal, son məhsul şəklində gətirmə, qablaşdırma və s.) məqsədlə müvəqqəti olaraq ixracını (və ya idxalını) nəzərdə tutur. Dövlət müəssisələri tərəfindən malların kooperasiya əməliyyatları ilə ixracını (və ya idxalını) nəzərdə tutan müqavilələr İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə, digər şəxslər tərəfindən isə gömrük orqanlarında bəyan olunmaqla icra olunur.

İxracla əlaqəli rejimlər, onlara uyğun ödənişlər və azadolmaları, onlar arasında fərqlər, tətbiq olunan iqtisadi siyasət tədbirləri haqqında daha dəqiq və müqayisəli məlumat əldə etmək üçün aşağıdakı cədvələ diqqət yetirin.

Rejimin adı	Xüsusiyyəti	Gömrük rüsumu ödənişi (+ bəli, - xeyr)	Gömrük yığımlı ödənişi	ƏDV ödənişi ¹	İqtisadi siyasət tədbirləri ² nin tətbiqi	Digər rejimlərdən əsas fərqləri
<i>Sərbəst dövriyyə üçün buraxılış</i>	Azərbaycan Respublikasının daxili bazarında satılması, istifadə edilməsi və istehlak olunması üçün xarici malların gətirilməsi	+	+	+	+	Mallar daxili mal hesab edilir və malların satışı, 3-cü şəxslərə verilməsi, özgəninkiləşdirilməsi sərbəstdir.
<i>Təkrar idxal</i>	Azərbaycanın gömrük ərazisindən aparılmış Azərbaycan mallarının qanunla müəyyən edilmiş müddətdə geriye gətirilməsi	-	+	-	-	Mallar idxalçı ölkədə alqı-satqı obyektli olur və mal satılmadıqda və digər səbəblər üzündən 3 il müddətinə geri qaytarıldıqda ixrac zamanı tutulan rüsumlar və vergilər geri qaytarılır.
<i>Tranzit (beynəlxalq və daxili)</i>	Malların gömrük nəzarəti altında, iki gömrük orqanı arasında aparılması, xarici dövlətlərin ərazisindən keçdikdə isə həmin dövlətlərin gömrük rüsumları, vergilər və iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmir	-	+	-	-	Mal tranzit olunarkən çıxdığı yerdə deyil, fərqli təyinat ərazisinə gətirilməlidir
<i>Müvəqqəti saxlanma</i>	Mallar qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada saxlanma verildikdə gömrük rüsumları, vergilər və iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmir	-	+	-	-	Malların bəyan ediləcək prosedurlar 4 ay müddətində müəyyən edilməlidir və ya mallar gömrük anbarı proseduru altında yerləşdirilməlidir.

¹ İxracda rüsum olmadıqda ƏDV malın rəmiləşdirilməsinə görə alınan gömrük yığımından tutulur.

² İqtisadi siyasət tədbirləri dedikdə idxal-ixrac olunan mallara kvotalaşdırma, lisenziyalaşdırma, limitləşdirmə, minimum və maksimum qiymətlərin müəyyən edilməsi, həmçinin güzəştlərin, azadolmaların və stimullaşdırıcı digər tədbirlərin tətbiqi nəzərdə tutulur.

Rejimin adı	Xüsusiyyəti	Gömrük rüsumu ödənişi (+ bəli, - xeyr)	Gömrük yığımlı ödənişi	ƏDV ödənişi ¹	İqtisadi siyasət tədbirləri ² nin tətbiqi	Digər rejimlərdən əsas fərqləri
<i>Gömrük anbarlarında saxlanma</i>	Xarici mallar qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada gömrük orqanlarının nəzarəti ilə açıq və ya qapalı anbarlarda yerləşdirilir.	-	+	-	-	Gömrük orqanlarının icazəsi ilə daxili mallar anbarda yerləşdirilə və ya malların daxilədə emal və ya son istifadə xüsusi gömrük prosedurları altında yerləşdirilərək, həmin prosedurlar üçün müəyyən edilmiş şərtlərə uyğun olaraq emal edilə bilər. Malların bu prosedur altında saxlanma müddəti 3 ilə qədər ola bilər.
<i>Sərbəst zona</i>	Gömrük ərazisində qapalı zona deməkdir, hansına giriş və çıxış gömrük nəzarəti altında həyata keçirilir. Bura daxili mallar gətirildikdə mallar prosedur altında yerləşdirilmiş hesab edilmir.	-	+	-	-	Gömrük orqanlarının icazəsi əsasında sərbəst zonaya gətirilmiş mallarla adi əməliyyatlar, o cümlədən onların qorunması, qablaşdırılması, keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə qablaşdırma yerlərinin qruplaşdırılması, çeşidlənməsi, markalanması və yenidən qablaşdırılması həyata keçirilə bilər.

Rejimin adı	Xüsusiyyəti	Gömrük rüsumu ödənişi (+ bəli, - xeyr)	Gömrük yığılı ödənişi	ƏDV ödənişi ¹	İqtisadi siyasət tədbirləri ² nin tətbiqi	Digər rejimlərdən əsas fərqləri
<i>Xüsusi istifadə (müvəqqəti idxal)</i>	Təkrar ixrac üçün nəzərdə tutulan mallar müvəqqəti olaraq bu prosedur altında yerləşdirilir	-	+	-	-	Müvəqqəti idxal xüsusi gömrük prosedurundan qanunvericikdə müəyyən edilmiş qaydada yalnız mallardan hər hansı başqa dəyişikliyə məruz qalması nəzərdə tutulmadıqda, müvəqqəti idxal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilmiş mallar təkrar ixrac edildiyi zaman, onların eyniləşdirilməsini təmin etmək mümkün olduqda və prosedur sahibi gömrük ərazisindən kənarında təsis edildikdə istifadə olunur.
<i>Son istifadə xüsusi gömrük proseduru</i>	Müəyyən mallar gömrük nəzarəti altında qalmaqla gömrük rüsumlarından və vergilərdən azad edilir və sərbəst dövriyyəyə buraxılır.	-	+	-	-	Malların bu prosedur altında yerləşdirilməsi qaydası müvafiq icra hakimiyyəti tərəfindən müəyyənləşdirilir. Mallar son istifadəyə verilsə də, gömrük nəzarəti altında qalır.

Rejimin adı	Xüsusiyyəti	Gömrük rüsumu ödənişi (+ bəli, - xeyr)	Gömrük yığımlı ödənişi	ƏDV ödənişi ¹	İqtisadi siyasət tədbirləri ² nin tətbiqi	Digər rejimlərdən əsas fərqləri
<i>Daxildə emal</i>	Azərbaycan Respublikası gömrük ərazisinin hüdudlarından kənara aparılmaması şərtilə, xarici malların Azərbaycan Respublikası gömrük ərazisində emal üçün istifadə edilməsi	-	+	-	-	Gömrük ərazisində malların emalında sonra 2 il ərzində emalın nəticələri və qalıqları ixrac edilməlidir ancaq gömrük nəzarəti altında emal zamanı sərbəst dövriyə üçün də mal buraxıla bilər.
<i>Xaricdə emal</i>	Malların iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq etmədən ixrac edib, onlardan Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisindən kənarda emal üçün istifadə edilməsi	-	+	+	-	Bu prosedur altında aparılan mal yalnız emal məqsədləri üçün aparılır və idxalçı ölkədə satış obyektidir.

Gömrük ödənişləri

Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsinə əsasən Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsinə əsasən aşağıdakılar gömrük orqanları tərəfindən alınan gömrük ödənişlərinə aiddir: rüsumlar, vergilər, gömrük yığımları, dövlət rüsumu və haqq.

- ✓ Gömrük rüsumları
- ✓ Vergilər (Əlavə dəyər vergisi, Yol vergisi, Aksiz vergi)
- ✓ Gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə yığım
- ✓ Malların saxlancına görə gömrük yığımları
- ✓ Dövlət rüsumu
- ✓ Haqq

Yuxarıdakı yığımlardan ixracla əlaqəli onları haqqında məlumat verək.

Gömrük rüsumları

Azərbaycan Respublikasında gömrük rüsumları əsasən idxal olunan, eləcə də bəzi ixrac olunan məhsullar üçün müəyyənləşdirilib. Gömrük rüsumlarının 3 növü mövcuddur: advalor, spesifik və kombinə edilmiş. Advalor rüsum malların gömrük dəyərinə görə faizlə hesablanan (məs. gömrük dəyəri 1000 manat olan maldan 10 % rüsum tutulduqda, gömrük rüsumu 100 manat olur) rüsum növüdür. Hazırda malların advalor rüsumları 7 dərəcədə müəyyənləşdirilib: 0, 0.5, 1, 3, 5, 10, 15. Ancaq hazırda gömrük rüsum dərəcələrinin 7-dən 3-ə (0, 10, 15)

əndirilməsi istiqamətində iş aparılır. Hazırda malların əksəriyyətinin idxal rüsumları advalor əsasda müəyyənləşdirilib. Spesifik rüsumlar isə malın gömrük dəyərinə görə deyil, malın çəkisinə görə rəqəmlə müəyyənləşdirilir (məs. 1000 kq 7 Dollar). Kombinə edilmiş rüsumlar isə həm advalor, həm də spesifik rüsumların müəyyənləşdirilməsi ilə təyin edilir (məs, 5 % + 1000 kq –a görə 15 Dollar). Hazırda əmtəə nomenklaturasında kombinə edilmiş rüsumlar mövcud deyil.

Malların gömrük rüsumları beynəlxalq sistemə uyğun olaraq hazırlanmış və 10 mindən artıq malı əhatə edən xarici iqtisadi fəaliyyətin əmtəə nomenklaturunda (XİF ƏN) öz əksini tapmışdır. Harmonik sistem (HS) adlandırılan əmtəə nomenklaturunda malların gömrük rüsumu həmin mal üçün verilmiş kod əsasında təyin edilir. XİF ƏN kodu 10 rəqəmli olmaqla özündə aşağıdakıları əks etdirir (konkret malın timsalında).

Malların əmtəə nomenklaturasındakı kodlarına uyğun olaraq gömrük rüsumlarını Dövlət Gömrük Komitəsinin saytına girərək təyin edə bilərsiniz.

XİF ƏN kodu	Mal mövqeyinin təsviri	Ölçü vahidi	Gömrük rüsumu
2009 80 710 0	----- albalı və ya gilə şirəsi	-	15

Burada:

- 20 – qrupu (*Tərəvəzlərin, meyvələrin, qoz - fındığın və ya bitkilərin digər hissələrinin emal məhsulları*),
- 2009 - mal mövqeyi (*Meyvə şirələri (üzüm şirəsi daxil olmaqla) və tərəvəz şirələri, qıçqırdılmamış və tərkibində spirt əlavəsi olmayan, şəkər və ya digər şirinləşdirici maddələr əlavə edilməklə və ya edilməməklə*),
- 1009 80 – yarım mövqeyi (*digər tərəvəz və ya meyvə şirələri*),
- 1009 80 71 – alt yarım mövqə
- 1009 80 71 00- malın adı (*albalı və ya gilə şirəsi*)

Bəzi mallar idxal zamanı gömrük rüsumundan azad edilir ki, bu mallar Nazirlər Kabinetin 1998-ci il 91 sayılı qərarı ilə müəyyənləşdirilir.

İxrac olunan malların əksəriyyəti üçün bütün dünya ölkələrində olduğu kimi Azərbaycan da ixrac gömrük rüsumları nəzərdə tutulmayıb. Lakin, ölkədə mövcud olan xammalın ölkə daxilində istifadə olunmasını stimullaşdırmaq məqsədilə qara və əlvan metal qırıntıları və tullantıları üçün ixrac gömrük rüsumları nəzərdə tutulmuşdur. Spesifik növ olmaqla müəyyənləşdirilən bu rüsumlar Nazirlər Kabinetinin 2002-ci il 80 sayılı qərarı ilə təsdiqlənmişdir ki, onlarında miqdarı 1000 kq qara və əlvan metal üçün 5-7 Dollardır. Ancaq Prezidentin 2001-ci il 457 nömrəli fərmanı ilə qara və əlvan metal qırıntılarının və tullantılarının ixracı qadağa olunduğundan bu rüsumların tətbiqi mümkün olmur.

Əlavə dəyər vergisi (ƏDV)

Azərbaycana idxal və ixrac olunan mallardan Əlavə dəyər vergisi (ƏDV) tutulur. Hazırda ƏDV-nin dərəcəsi 18 %-dir. ƏDV-nin tutulması üçün baza kimi malın gömrük dəyəri, aksiz vergisi, gömrük rüsumu, yığım və digər ödənişlərin məcmusu götürülür, yəni ƏDV həmin məbləğlərin cəminin 18 % - olaraq tutulur. Məsələn, 1000 manat gömrük dəyəri olan malın rüsumu 10 % olduqda, eləcədə 10 manat yığım tutulduqda ƏDV aşağıdakı kimi hesablanır.

$$\text{ƏDV} = (1000+100+10) \times \frac{18}{100} = 199.8 \text{ AZN}$$

Nazirlər Kabinetinin 2005-ci il 11 sayılı qərarına və Vergi Məcəlləsinin 164-cü maddəsinə əsasən bəzi məhsullar idxal olunan zaman ƏDV-dən azad edilib.

Gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə alınan yığımlar Nazirlər Kabinetinin 80 sayılı qərarına əsasən idxal-ixrac olunan mallar gömrük rəsmiləşdirilməsindən (malın müəyyən rejimdə sərhəddən keçirilməsi üçün zəruri sənədlər təqdim edilməsi və gömrük orqanları tərəfindən baxılaraq icazə verilməsi) keçərkən gömrük orqanlarının rəsmiləşdirmə xidmətinin müqabilinə yığım tutulur. Yığımların miqdarı aşağıdakı kimidir:

Azərbaycanda əksər hallarda ixrac zamanı malın gömrük dəyəri kimi faktura dəyəri götürülür.

Gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə yığımlar	Məbləğ
1. Gömrük rəsmiləşdirilməsi yığımları (idxal və ixrac)	
- Gömrük dəyəri 1000 Manata qədər olduqda	10 manat
- Gömrük dəyəri 1001 Manatdan 10000 Manata qədər olduqda	50 manat
- Gömrük dəyəri 10001 Manatdan 100000 Manata qədər olduqda	100 manat
- Gömrük dəyəri 100001 Manatdan yuxarı olduqda	275 manat
2. Aşağıdakıların gömrük rəsmiləşdirilməsi zamanı hər bir yük gömrük bəyannaməsi üçün:	
- Mənfəət karbohidrogenlərinin neft kəmərləri vasitəsilə ilk ixracı	275 manat
- Dövlət zamanətli kreditlərlə alınmış uçuş aparatlarının idxalı	
- Pasport və şəxsiyyət vəsiqəsi blankları	
- İxrac məqsədli neft – qaz fəaliyyəti ilə bağlı avadanlıq və materialların ixracı.	

Gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə yığımlar	Məbləğ
3. Tranzit gömrük rejimi altında keçirilən malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə	30 manat
4. Hər əlavə tranzit yük bəyannamələri üçün gömrük yığımı	10 manat
5. Gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə yığım (iş vaxtından kənar vaxtlarda və iş yerindən kənar)	İki qat gömrük yığımı
6. Gömrük bəyannamələrinin hər əlavə vərəqinə görə	10 manat
7. Nəqliyyat vasitələrinin qeydə alınması üçün vəsiqə verilməsinə görə (yük və minik avtomobilləri, mikroavtobus və avtobuslar)	20 manat
8. Digər nəqliyyat vasitələri üçün	15 manat

Aşağıdakı hallarda, mallar və nəqliyyat vasitələri Azərbaycan Respublikasının gömrük sərhədini keçərkən gömrük yığımına cəlb olunmurlar.

- ✓ Qrant haqqında müqaviləyə (qərara) əsasən qrant kimi alınan maddi yardımlar
- ✓ Humanitar yardımlar
- ✓ Texniki yardımlar
- ✓ Azərbaycan Respublikasının ərazisində yerləşən diplomatik nümayəndəliklərin rəsmi və onların heyət üzvlərinin şəxsi istifadəsi üçün keçirilən mallar və nəqliyyat vasitələri
- ✓ Elektrik enerjisinin qarşılıqlı ötürülməsi
- ✓ Fiziki şəxslər tərəfindən istehsal və kommərsiya məqsədləri üçün nəzərdə tutulmayan ümumi dəyəri 1000 ABŞ dollarına ekvivalent və ya çəkisi 50 kq-dan artıq olmayan mallar
- ✓ istehsal və kommərsiya məqsədləri üçün nəzərdə tutulmayan, beynəlxalq poçt göndərişlərində ümumi dəyəri 200 ABŞ dollarına ekvivalent və ya çəkisi 20 kq-dan artıq olmayan mallar
- ✓ qeyri rezident fiziki şəxslər (şəxsiyyəti təsdiq edən sənəddə iki təqvim ilindən yuxarı xarici ölkədə yaşadığı barədə müvafiq qeydlər olduqda) daimi yaşayış məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasından keçib gedərkən) 20.000 ABŞ dollarına ekvivalent dəyər həcmində ailə üçün zəruri olan məişət əşyalarını özləri ilə gömrük sərhədindən keçərək, gömrük orqanlarına bəyan etməklə, müşayiət olunan baqajla və ya müşayiət olunmayan baqajla gətirildikdə (aparıldıqda)
- ✓ zəruri ehtiyacların ödənilməsi üçün şəxsi əşyalar gömrük qaydalarına əməl etməklə, müvəqqəti olaraq gətirildikdə (aparıldıqda)
- ✓ açılmış vərəsəlik hüququ əsasında əldə edilmiş malları (gətirilməsi və aparılması qadağan edilmiş mallardan başqa) Azərbaycan Respublikasının gömrük sərhədindən keçirildikdə

Gömrük qiymətləndirilməsi

İdxal və ixrac olunan mallardan gömrük rüsumları tutumaq məqsədilə malın gömrük dəyərini təyin edirlər. Çünki, malın gömrük dəyəri onun idxalçı ilə ixracatçı arasında bağlanmış müqavilədə göstərilən faktura dəyərindən əlavə malın daşınmasına, sığortasına, saxlanmasına, bir sözlə malın alıcıya gəlib çatmasına qədər ortaya çıxan bütün xərclər də daxil olmaqla müəyyənləşdirilir. Məsələn, malın idxalı zamanı onun faktura dəyəri 10.000 AZN olduğu halda, gömrük dəyəri 11000 AZN ola bilər və rüsum da bu məbləğdən tutulur. Qanunvericiliyə əsasən malın gömrük dəyərini mal gətirən gömrük dəyəri bəyannaməsini doldurmaqla gömrük orqanlarına göstərir. Ancaq bəyannaməçi tərəfindən bəyan edilmiş malın gömrük dəyərinin təyin edilməsinin düzgünlüyünü təsdiq edən məlumat yoxdursa, yaxud bəyannaməçinin təqdim etdiyi sənədlərin düzgün olmadığına əsas varsa, bu zaman sərhəd gömrük orqanı onda olan məlumatlar (o cümlədən eyni və eynicinsli malların qiymət barədə məlumatlar)

əsasında gömrük dəyərini müəyyən edilməsi üsullarını ardıcıl tətbiq edərək, bəyan edilmiş malın gömrük dəyərini təyin etmək üçün gömrük qiymətləndirməsi aparır.

İxrac olunan malların gömrük dəyəri onların alqı-satqı müqaviləsində bağlanmış ödənilmiş və ya ödənilməli olan faktura dəyəri ilə eynidir. Çünki, ixrac zamanı hələ digər xərclər yaranmadığından və ümumiyyətlə əksər hallarda mallardan ixrac rüsumu tutulmadığından, faktura dəyəri gömrük dəyəri kimi götürülür. Ancaq buna baxmayaraq ixrac zamanı faktiki dəyərə digər xərclərin (komissiyon, broker, qablaşdırma və s. xərclər) də nəzərə alınması qanunvericilikdə əks olunub.

Gömrük Tarifi haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanuna əsasən malların gömrük dəyəri aşağıdakı üsullardan biri ilə təyin edilir:

1. gətirilən malların sövdələşmə qiyməti ilə
2. eyni malların sövdələşmə qiyməti ilə
3. eynicinsli malların sövdələşmə qiyməti ilə
4. dəyərin çıxılması üsulu ilə
5. dəyərin toplanması üsulu ilə
6. ehtiyat üsulu ilə

Yuxarıdakı üsulların hər biri haqqında qısa məlumat verək.

1 Sövdələşmə qiyməti üsulu Sövdələşmə qiyməti üsuluna əsasən malın gömrük dəyəri həmin malın ixrac olunması üçün satılarkən faktiki ödənilmiş və ya ödənilməli olan sövdələşmə qiyməti əsasında müəyyən edilir. Ancaq alıcı ilə satıcı arasında razılaşdırılmış qiymətə aşağıdakılar da əlavə olunur:

- Nəqliyyat xərcləri
- Yükləmə, boşaltma və saxlama xərcləri
- Sığorta xərcləri
- Alıcının çəkdiyi xərclər
- Təkrar satışdan əldə edilən gəlir
- Qablaşdırma xərcləri və s.

Bu üsul dünyada və eləcə də Azərbaycanda ən geniş tətbiq edilən üsuldür. Ancaq bu üsulun tətbiqi mümkün olmadıqda ardıcıl olaraq digər üsullar tətbiq olunur.

2 Eyni malların sövdələşmə qiyməti üsulu Eyni malların sövdələşmə qiyməti üsulundan istifadə olunduqda malın gömrük dəyərini müəyyən edilməsi üçün eyni malların sövdələşmə qiyməti əsas götürülür. Eyni mallar dedikdə, qiymətləndirilən mallarla hər cəhətdən eyni olan mallar başa düşülür, o cümlədən:

- fiziki xüsusiyyətlərinə görə
- keyfiyyətinə və bazardakı nüfuzuna görə

Eyni malların sövdələşmə qiyməti gömrük dəyərini müəyyən etmək üçün o vaxt əsas götürülür ki, bu mallar:

- a) Azərbaycan Respublikasına ixrac üçün satılsın
- b) qiymətləndirilən malların idxalı ilə eyni və ya təxminən eyni bir vaxtda gətirilsin
- v) qiymətləndirilən mallarla eyni kommersiya səviyyəsində və təxminən eyni miqdarda satılsın

Aşağıdakı hallarda isə bu üsul tətbiq edilə bilməz:

- qiymətləndirilən və müqayisə edilən mallar eyni bir ölkədə istehsal edilməyibsə
- həmin mallar eyni istehsalçı tərəfindən deyil, digər şəxs tərəfindən hazırlanıbsa
- malların layihələri, dizaynları, eskizləri, çertyojları Azərbaycan Respublikasında hazırlanıbsa

3 Eyni cinsli malların sövdələşmə qiyməti üsulu Eynicinsli mallar dedikdə, bütün xüsusiyyətlərinə görə eyni olmasa da, onlara qiymətləndirilən mallarla eyni funksiyaları yerinə yetirmək imkanı verən oxşar xüsusiyyətlərə və tərkib materiallara malik olan və kommərsiya baxımından bir-birini əvəz edə bilən mallar başa düşülür. Malların eynicinsli olması onların keyfiyyətinə, əmtəə nişanının olmasına və bazardakı nüfuzuna görə müəyyən edilir.

4 Dəyərin çıxılması üsulu Dəyərin çıxılması üsulu ilə gömrük dəyərinin müəyyən edilməsi qiymətləndirilən eyni və ya eynicinsli mallar Azərbaycan Respublikasının ərazisində öz ilkin vəziyyəti dəyişdirilmədən satıldıqda tətbiq olunur. Dəyərin çıxılması üsulu ilə malın gömrük dəyərini müəyyən etmək üçün mal vahidinin o qiyməti əsas götürülür ki, bu qiymətlə qiymətləndirilən malın gətirildiyi eyni və ya təxminən eyni tarixdə Azərbaycan Respublikası ərazisində qiymətləndirilən idxal edilmiş mallarla eyni və yaxud eynicinsli malların ən böyük məcmu miqdarı satıcı ilə əlaqəli olmayan sövdələşmə iştirakçısına satılsın.

5 Dəyərin toplanması üsulu Bu üsul malın aşağıdakıların toplanması yolu ilə hesablanmış qiyməti əsas götürülür:

- idxal edilən malların hazırlanmasında istifadə olunan materiallara, həmin malların istehsalına və ya digər emalına çəkilən xərclər və ya bunların dəyəri
- nəqliyyat, yüklənmə yerinədək sığorta xərcləri və dəyərləri və sairə
- Azərbaycan Respublikasına ixrac etmək məqsədi ilə ixrac ölkəsində istehsalçılar tərəfindən hazırlanan və qiymətləndirilən mallarla eyni sinif və ya növdən olan malların satışı zamanı adətən nəzərə alınan mənfəətə və ümumi xərclərə bərabər mənfəət və ümumi xərclərin həcmi

6 Ehtiyat üsulu Yuxarıda qeyd edilən üsulların tətbiq edilməsi mümkün olmadıqda ÜTT-nin QATT Sazişinin prinsiplərinə uyğun olaraq digər vasitələrdən istifadə edərək malın gömrük dəyəri təyin olunur ki, buna da ehtiyat üsulu deyilir.

Malın mənşə ölkəsinin təyin edilməsi

İdxal-ixrac olunan mallara müxtəlif stimullaşdırıcı və məhsudlaşdırıcı tədbirlərin tətbiq edilməsi üçün malın hansı ölkəyə məxsus olmasını təyin etmək zəruridir. Bu məqsədlə də malın mənşə ölkəsi təyin edilir. Məsələn, Azərbaycanın mallarına ikitərəfli sazişə əsasən Rusiya ixrac zamanı gömrük rüsumu tətbiq olunmursa, bu halda Rusiya gömrük orqanları idxal olunan malların Azərbaycana məxsus olduğu haqqında dəlillərə malik olmalıdır. Belə olduqda Azərbaycanda Rusiyaya aparılan malın mənşə ölkəsi təyin edilir və mənşə sertifikatı verilir ki, bununla Rusiyanın gömrük orqanları istədikləri sübutu əldə etmiş olurlar və mala gömrük rüsumu tətbiq etmirlər.

Ümumiyyətlə malların mənşə ölkəsi təyin edilməsi aşağıdakı məqsədlər üçün həyata keçirilir:

Mallara aşağıdakı tarif preferensiyaların tətbiq edilməsi üçün:

- İkitərəfli və çoxtərəfli sazişlərə əsasən malların idxal rüsumundan azad edilməsi və ya güzəştlərin tətbiqi;
- GSP və GSP + proqramları çərçivəsində inkişaf etmiş ölkələrə idxal və s.

Mallara aşağıdakı məhdudiyələrin tətbiqi üçün:

- Kvotaların tətbiqi;
- Tarif kvotalarının tətbiqi;
- Qadağaların tətbiqi;
- Qoruyucu tədbirlərin, anti dempinq və mühafizə rüsumlarının tətbiqi və s.

Azərbaycanda malların mənşə ölkəsinin təyini və mənşə sertifikatının verilməsi fəaliyyətini qeyd edilən prinsiplər əsasında İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti həyata keçirir.

Qanunvericiliyə əsasən malın mənşəyi o ölkə hesab olunur ki, mal ya *tamamilə həmin ölkədə istehsal olunsun* və ya müəyyən olunan meyarlar əsasında *kifayət qədər yenidən emala məruz qalsın*.

Bir ölkədə tam istehsal olunmuş mallara aşağıdakılar aid edilir:

- ✓ onun ərazisində və ya məhəlli sularında, yaxud qitə şelfində və dənizin təkində çıxarılan faydalı qazıntılar (əgər ölkənin bu dəniz təkini istismar etməyə müstəsna hüququ varsa)
- ✓ onun ərazisində becərilmiş və yığılmış bitkiçilik məhsulları
- ✓ orada doğulub və bəslənmiş heyvanlar
- ✓ həmin ölkədə bəslənmiş heyvanlardan alınmış məhsullar
- ✓ orada istehsal edilmiş ovçuluq, balıqçılıq və dəniz vətəgəsi məhsulları
- ✓ dünya okeanında həmin ölkənin gəmiləri ilə və ya onun icarəyə (fraxta) götürdüyü gəmilərlə ovlanmış və istehsal edilmiş dəniz vətəgəsi məhsulları
- ✓ həmin ölkədəki istehsalın və başqa əməliyyatların nəticəsi olan təkrar xammal və tullantılar
- ✓ həmin ölkəyə məxsus olan və ya onun icarəyə götürdüyü kosmik gəmilər vasitəsilə açıq kosmosda alınmış yüksək texnologiya məhsulları

Əgər malın istehsalında iki və daha çox ölkə iştirak edirsə, malın mənşə ölkəsi kifayət qədər emal meyarına uyğun olaraq müəyyən olunur. Müəyyən bir ölkədə malların kifayət qədər emalının meyarları aşağıdakılardır:

- ✓ emal nəticəsində Əmtəə nomenklaturasında hər hansı birinci dörd rəqəm səviyyəsində mal mövqeyinin (malın təsnifat kodunun) dəyişməsi
- ✓ malın müəyyən ölkə mənşəli hesab olunması üçün kifayət edən və ya etməyən istehsal-texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi
- ✓ advalor pay qaydası¹—istifadə olunmuş materialların dəyərinin və ya əlavə dəyərin göndərilən malın qiymətinin faizlə müəyyən edilmiş həddə çatması ilə əlaqədar malın dəyərinin dəyişməsi

¹ Hazırda malın üzərinə gələn dəyər, advalor pay kimi 50 % +1 müəyyənləşdirib. Yəni, malın üzərinə bu qədər əlavə dəyər gəldikdə Azərbaycan mənşəli hesab olunur.

Deməli, Azərbaycana gətirilərək burada emal olunan mallar o halda Azərbaycan mənşəli hesab olunacaq ki, ya həmin malın əmtəə nomenklaturasındakı ilk 4 rəqəm səviyyəsində (məsələn, təzə pomidor gətirilərkən mal mövqeyi 07 02 olduğu halda ondan hazırlanan tomatın mal mövqeyi 20 02 –dir ki, bu malın mənşəyinin dəyişməsi deməkdir) dəyişiklik olsun, ya da malın gətirilməsi zamanı mövcud olan dəyərinin üzərinə onun emalı nəticəsində 50 %-dən çox dəyər gəlsin (məsələn, 1000 manatlıq gətirilən xammalın emalı nəticəsində onun dəyəri 1550 Manata yüksəlsin).

Mənşə ölkəsi təyin edilmiş mallara mənşə sertifikatı verilir ki, gömrük orqanları bu sertifikat əsasında mala müvafiq idxal rüsumun və digər tədbirləri tətbiq edirlər. Mənşə sertifikatının alınması proseduru haqqında müvafiq bölmədə məlumat verildiyindən burada təkrara yol vermirik.

Gömrük nəzarəti

Malların gömrük sərhədindən keçirilməsi zamanı onların tələb olunan sənədlərə məxsus olması, sənədlərdə göstərilən formada malların yerləşdirildiyini və tələblərə uyğun olduğunu müəyyənləşdirmək məqsədilə mallar gömrük rəsmiləşdirilməsindən sonra gömrük nəzarətindən keçirilir. Qanunvericiliyə əsasən gömrük orqanlarının vəzifəli şəxsləri gömrük nəzarətini aşağıdakı formalarda həyata keçirirlər:

- ✓ malların və nəqliyyat vasitələrinin yoxlanılması
- ✓ şəxsi yoxlama
- ✓ gömrük məqsədləri üçün lazım olan məlumatların, elektron və ya kağız üzərində yazılı formalarda sənədlərin, o cümlədən Azərbaycan Respublikasının dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən keçirilən malların baytarlıq, fitosanitar, gigiyenik və digər sertifikatlarla (şəhadətnamələrlə) müşayiət olunmasının yoxlanılması
- ✓ gömrük auditi
- ✓ şəxslərin sorğu-sual edilməsi
- ✓ gömrük nəzarətindən keçməli olan mallara və nəqliyyat vasitələrinə, onların yerləşdiyi ərazilərə və binalara, müvəqqəti saxlanc və gömrük anbarlarında, sərbəst zonalarda yerləşən ərazilərə və binalara, həmçinin icrasına nəzarət gömrük orqanına həvalə edilmiş fəaliyyətin həyata keçirildiyi digər yerlərə gömrük baxışının keçirilməsi
- ✓ keşik çəkmənin (patrulluğun) və gömrük müşahidəsinin aparılması

Göründüyü kimi gömrük nəzarətinin keçirilməsi zamanı malların yük bəyannaməsində göstəriləndiyi kimi yüklənməsi, yüklənmiş mallara baxışın keçirilməsi, nəqliyyat vasitələrinin xüsusi nəzarət aparatlarından keçirilməsi, onlardan hər hansı şübhələr ortaya çıxdıqda malların boşaldılması, aktlaşdırılması, malın gömrük məntəqələrindən keçirilməsi və s. əsas fəaliyyətlərə daxildir.

Dövlət Gömrük Komitəsinin strukturunda əsas idarələrdən biri Gömrük Nəzarəti Baş İdarəsidir ki, malların vahid pəncərə prinsipi ilə gömrük məntəqələrindən keçirilməsinə və gömrük yoxlamasına, eləcədə gömrük brokeri lisenziyasının verilməsinə və digər səlahiyyətlərə malikdir.

Malın ixracının mərhələləri

Bu bəndən etibarən malların Azərbaycandan ixracına dair daha praktiki məsələlər haqqında məlumat veriləcək. Belə ki, əvvəldə qeyd edildiyi kimi bu bölmədə avtomobil nəqliyyatı vasitəsilə Azərbaycan mənşəli malların ixrac rejimi altında ixrac olunması proseduraları mərhələlər üzrə şərh ediləcək. Malların avtomobil nəqliyyatı ilə ixracına dair mərhələləri aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar:

1. İxrac marketinqinin aparılması və ixrac strategiyasının hazırlanması
2. İxrac sövdələşməsinin edilməsi və ixrac müqaviləsinin imzalanması.
3. İxrac hazırlıq və zəruri sənədlərin hazırlanması.
4. Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması.

5. İxrac olunan malların gömrük rəsmiləşdirilməsi.
6. İxrac olunan mallara gömrük nəzarəti və gömrük məntəqələrindən keçidi.

Digər bölmələrdə ixrac marketinqi aparılması və ixrac strategiyasının hazırlanması, eləcə də ixrac sövdələşməsi və müqaviləsi əhatə olunduğundan burada onlar haqqında şərh verilməyəcək. Bu bölmədə əsasən ixraca dair prosedural məsələlər əhatə olunacaq.

İxrac hazırlıq

İxrac hazırlıq mərhələsində aşağıdakı işlər yerinə yetirilir.

- ✓ Müqavilə əsasında məhsul sifarişin alınması və istehsalı
- ✓ İxrac üçün tələb olunan sənədlərin və sertifikatların əldə edilməsi
- ✓ İxracla bağlı digər hazırlıq işlərinin yerinə yetirilməsi
- ✓ Xarici ticarətin daha da liberallaşdırılmasına dair Prezidentin 609 sayılı Fərmanına əsasən malların ixracı zamanı aşağıdakı sənədlər əldə olunmalı və gömrük orqanlarına təqdim olunmalıdır:
- ✓ hüquqi şəxsin Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən müəyyən edilmiş kodu
- ✓ xarici şəxslərlə bağlanmış müqavilə
- ✓ ixrac olunan malların mənşəyi haqqında sənədlər
- ✓ ixrac olunan malların haqqının qabaqcadan ödənilməsi və ya akkreditiv açılması barədə müvəkkil bankın sənədi
- ✓ 609 sayılı Fərmanda nəzərdə tutulan hallarda Nazirlər Kabinetinin sərəncamı və ya İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin müsbət rəyi
- ✓ gömrük yük bəyannaməsi
- ✓ Azərbaycan Respublikasından Avropa İttifaqı ölkələrinə ixrac edilən yeyinti məhsullarına keyfiyyət sertifikatı
- ✓ 609 sayılı Fərmanda nəzərdə tutulan hallarda dövlət müəssisələrinin və ya əmlakında dövlətin payı 50%-dən yuxarı olan digər müəssisə tərəfindən bağlanmış müqavilənin İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçməsinin təsdiq edən sənəd

Yuxarıdakı sənədlərdən birincisi ilk dəfə mal ixrac edən müəssisədən tələb olunur ki, bu sənəd Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən verilir. Nazirlər Kabinetinin sərəncamı və aidiyyəti nazirliklərin rəyi isə 609 sayılı Fərmanda göstərilmiş qaydada həmin sənədin 1 və 2 sayılı əlavəsindəki məhsullar üçün verilir (Əlavə 7-1 və Əlavə 7-2).

Qanunvericiliyə əsasən Azərbaycandan malların ixracı yalnız onların dəyərinin ixracatçıya qabaqcadan ödənilməsi və ödəmə ilə bağlı sənədin təqdim olunması, yaxud geri çağırılmayan akkreditiv açılması və ya birinci dərəcəli bankların zəmanəti olduqda icazə verilir. Buna görə gömrük orqanına 3 haldan (nağd ödəniş, akkreditiv və bankın zəmanəti) biri haqqında müvafiq sənəd təqdim edilməlidir. Akkreditivin açılması qaydaları digər bölmədə əks olunduğundan burada ona geniş yer vermirik. Birinci dərəcəli bankların zəmanətinə gəldikdə isə onu qeyd edək ki, bu beynəlxalq kredit reytingi agentliklərinin məlumatına əsasən Milli Bank tərəfindən birinci dərəcəli təyin edilmiş bank tərəfindən verilir.

İxracla bağlı əldə olunan sertifikatlara gəldikdə isə bu haqda müvafiq bölmədə geniş məlumat veriləcək. Lakin, burada onu qeyd edək ki, yuxarıdakı siyahıda malların ixracı ilə bağlı mənşə və keyfiyyət sertifikatının əldə edilməsi göstərsə də, bu sertifikatların əldə edilməsinə qədər digərlərinin də alınması tələb olunur. Odur ki, sertifikatların sayı ixrac edilən ölkədən və məhsulun növündən asılı olaraq dəyişir. Ümumilikdə ixracla bağlı aşağıdakı sertifikatların əldə edilməsi lazımdır.

Sertifikatın adı	Aid olduğu məhsul növü	Sertifikatı verən orqan	AB-nə ixrac zamanı	Digər ölkələr ixrac zamanı
Mənşə sertifikatı	Bütün məhsullar	İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti	+	+
Keyfiyyət sertifikatı	AB-nə ixrac olan yeyinti məhsulları	İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti	+	-
Baytarlıq şəhadətnaməsi	Diri heyvan, kəsilmiş ət və ət məhsulları	Dövlət Baytarlıq Xidməti	+	+
Gigiyenik sertifikat	Bütün məhsullar	Səhiyyə Nazirliyinin Gigiyena və Epidemioloji Mərkəzi	+	+
Fitosanitar sertifikat	Bitki və bitki məhsulları	Fitosanitar Nəzarət üzrə Dövlət Xidməti	+	+
Uyğunluq sertifikatı.	Bütün	Standartlaşdırma, Metrologiya və Patent üzrə Dövlət Komitəsi	+	+

Yuxarıdakı cədvəldən göründüyü kimi, ixrac üçün mənşə və keyfiyyət sertifikatın əldə edilməsinə qədər digər sertifikatlar (məhsulun növündən asılı olaraq baytarlıq, fitosanitar, gigiyenik və uyğunluq) da müvafiq dövlət orqanlarından alınmalıdır. Sertifikatların alınması üçün tələb olunan sənədlər və sertifikatlaşdırma prosesləri haqqında “sertifikatlaşdırma və qablaşdırma” bölməsində geniş məlumat verildiyindən burada onların yenidən şərh etmirik.

Yuxarıda qeyd olunan sənədlərlə yanaşı malların avtomobil nəqliyyatı ilə ixracı zamanı aşağıdakı sənədlərin də gömrük orqanlarına təqdim olunması lazımdır:

TIR karnet Bu malların avtomobil nəqliyyatı ilə daşınması zamanı nəqliyyatın təhlükəsizliyini və hər hansı risklərə qarşı sığortalandığını sübut edən və Beynəlxalq Yük Daşımalarına (BYD) dair 1975-ci il Konvensiyasına əsasən hazırlanan sənəddir. Daha doğrusu bu sənəd Azərbaycan Respublikasında malların yol nəqliyyat vasitələrində, nəqliyyat vasitələri qatarında və konteynerlərdə aralıq yüklənməsi həyata keçirilmədən, Razılığa gələn tərəflərdən birinin göndərən gömrük orqanlarından bir və ya bir neçə sərhəd keçməklə digər Razılığa gələn tərəfin təyinat gömrük orqanına daşınmasına aiddir. Bu şərtlə ki, BYD daşımalarının başlanğıcı və sonu arasındakı müəyyən bir hissəsi avtomobil nəqliyyatı ilə həyata keçirilir. Qanunvericiliyə əsasən Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisində BYD əməliyyatı zamanı mallar aralıq gömrük orqanında (idxal zamanı giriş, tranzit zamanı giriş) gömrük ödənişlərinin ödənilməsindən və ya depozitə qoyulmasından azad edilir. Eləcə də, Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisində BYD əməliyyatı zamanı plomblanmış yol nəqliyyat vasitələrində, plomblanmış nəqliyyat vasitələri qatarında və ya plomblanmış konteynerlərdə daşınan

TİR karnet yalnız malların yol nəqliyyat vasitələrində, nəqliyyat vasitələri qatarında və konteynerlərdə daşındığı halda tələb olunur.

mallar bir qayda olaraq aralıq gömrük orqanlarında gömrük yoxlamasından azad olunurlar. Müstəsna hallarda, pozuntuya şübhə olduğu təqdirdə gömrük orqanları tərəfindən yüklər üzərində gömrük yoxlaması keçirilə bilər.

Tir karnet (BYD kitabçası) 4 səhifəli üz qabığından; qoparılmayan №1/№2 vərəqdən və №1/№2 kötükdən (sarı rəngli); qoparılan №1 vərəqlərdən və №1 kötüklərdən (ağ rəngli); qoparılan №2 vərəqlərdən və №2 kötüklərdən (yaşıl rəngli) və yol nəqliyyat hadisəsinə dair protokoldan (sarı rəngli) ibarətdir. Qoparılan vərəqlərin və onların kötüklərinin (№1 və №2) birləşməsi (komplekti) bir qayda olaraq hər bir ölkədə №1 qoparılan vərəq və №1 köyük göndərən və giriş gömrük orqanlarında; №2 qoparılan vərəq və №2 köyük isə çıxış və təyinat gömrük orqanlarında istifadə olunmaq üçün nəzərdə tutulmuşdur. BYD kitabçaları 20-yə qədər vərəqdən (yəni 10 komplektdən) ibarətdir və müvafiq olaraq 10-a qədər dövlətin ərazisindən keçməklə daşınma üçün nəzərdə tutulmuşdur. Tir karnet yük daşıyıcısına 1975-ci il BYD Konvensiyasının iştirakçı dövlətlərinin zəmanət birlikləri tərəfindən verilir. Göründüyü kimi tir karnet yalnız Konvensiyanın üzvü olan ölkələr üçün tələb olunur (Əlavə 7-3). Bu cür kitabçalar ingilis və rus dillərində çap olunan birinci qoparılmayan sarı vərəqi çıxmaq şərti ilə, fransız dilində çap olunur. Tir karnet hər nəqliyyat vasitəsi üçün ayrılıqda doldurulur. Tir karnetin doldurulması qaydaları, gömrük rəsmiləşdirilməsi və digər proseduraları haqqında Dövlət Gömrük Komitəsinin "BYD daşınmalarında (BYD Konvensiyası 1975) yüklərə gömrük nəzarəti və BYD kitabçasının rəsmiləşdirilməsi qaydaları"na dair 2005-ci il 45 sayılı əmrə geniş məlumat verilmişdir (Əlavə 7-4).

Beynəlxalq qayımə (CMR) Bu avtomobil nəqliyyatı yolu ilə malların beynəlxalq daşınması detallarını əks etdirən və Avtomobil yolu ilə Malların daşınmasına dair 1956-cı il konvensiyasının (CMR Konvensiyası) tələbindən irəli gələn sənəddir. Bu sənəd ixracatçı və malı daşıyan tərəfindən 4 nüsxə olmaqla imzalanır, birinci nüsxəsi ixracatçıda, ikinci nüsxəsi daşıyanda qalır, 3-cü nüsxəsi isə malı müşayiət edən sənədlərin içərisinə qoyulur. 4-cü nüsxəsi isə idxalçı tərəfindən imzalanıb möhürləndikdən sonra ixracatçıya qaytarılır. CMR tir karnetdən fərqli olaraq Azərbaycan və digər dillərdə ola bilər. CMR hər nəqliyyat vasitəsi üçün verilir. CMR-in forması bu təlimata əlavə olunub.

1. **Malın alqı –satqı dəyərini təsdiq edən hesab faktura** Bu faktura satıcı tərəfindən malın alqı-satqı müqaviləsində göstərilmiş məbləği, malın miqdarı, çəkisi və s. haqqında məlumat əks etdirən sənəddir.
2. **Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması** Bu haqda irəlidə şərh verəcəyik.

Yuxarıda qeyd olunan sənədlərin əldə edilməsi ilə yanaşı ixraca hazırlıq mərhələsində ixracatçı malların aparılmasını birbaşa özü tərəfindən və ya gömrük brokeri vasitəsilə ixrac edəcəyini dəqiqləşdirməlidir. Yeri gəlmişkən gömrük brokeri haqqında da qısa məlumat verək.

Gömrük brokerinin fəaliyyəti, onun təmsil etdiyi şəxsin tapşırığı ilə və onun hesabına öz adından malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük rəsmiləşdirilməsi əməliyyatlarının həyata keçirilməsindən və gömrük işi sahəsində digər vasitəçilik funksiyalarının yerinə yetirilməsindən ibarətdir. Gömrük brokerləri aşağıdakı fəaliyyətlərlə məşğul olurlar:

- ✓ mal və nəqliyyat vasitələrinin bəyan edilməsi
- ✓ Azərbaycan Respublikasının gömrük orqanlarına sənədlərin və gömrük rəsmiləşdirilməsi üçün zəruri olan əlavə məlumatların təqdim edilməsi
- ✓ bəyan edilən malların və nəqliyyat vasitələrinin təqdim edilməsi
- ✓ gömrük ödənişlərinin və bəyan edilən mallar və nəqliyyat vasitələrinə aid digər ödənişlərin ödənilməsinin təmin edilməsi
- ✓ Malın gömrük sərəhdindən keçirilməsi, daşınması və çatdırılması
- ✓ bəyan edilən mallar və nəqliyyat vasitələri barəsində səlahiyyətlərə malik olan şəxs qismində gömrük rəsmiləşdirilməsi və gömrük nəzarəti üçün zəruri olan digər işlərin yerinə yetirilməsi

Göründüyü kimi gömrük brokeri ixracatçı adından malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə apara, gömrük ödənişlərinə edər, malları gömrük məntəqələrindən keçirər və daşıya bilər. Gömrük brokerlərinin fəaliyyəti ilə bağlı müddəalar Gömrük Məcəlləsinin 155-161-ci maddələrində, eləcə də Nazirlər Kabinetinin 1998-ci il 101 sayılı “Gömrük brokeri haqqında Əsasnamə” adlı qərarında öz əksini tapmışdır.

Gömrük yük bəyannaməsi və onun doldurulması qaydaları

Malın gömrük rəsmiləşdirilməsi məqsədilə istifadə olunan və 4 əsas vərəqdən, bir neçə adda məhsulun bəyan edilməsi halında isə əlavələrdən ibarət olan rəsmi sənəddir². Deklarasiyanın 4 əsas vərəqi aşağıdakı kimi bölüşdürülür:

- ✓ birinci vərəq-gömrük orqanında və xüsusi arxivdə saxlanılır
- ✓ ikinci vərəq (statistik) - gömrük statistikasına şöbəsində (bölməsində) qalır
- ✓ üçüncü vərəq - bəyannaməçiyə qaytarılır
- ✓ dördüncü vərəq- bəyannaməçiyə qaytarılır və ixrac zamanı mal müşayiət sənədlərinə əlavə olunur

Yük gömrük bəyannaməsinin (YGB) əsas vərəqəsi eyni bir gömrük rejimi tətbiq olunan eyni adlı mallar (XİF MN üzrə mal mövqeyi 9-cu işarə səviyyəsinə qədər eyni təsnifat olunanlar) haqqında məlumatları göstərmək üçün istifadə olunur. Bir neçə adda olan malların bəyan olunması zamanı əsas YGB-nin ayrılmaz hissəsi olan əlavə vərəqlərdən istifadə olunur. Əlavə vərəqlərin hər biri üç adda malı bəyan etməyə imkan verir. Bir YGB-də 100-ə qədər adda olan mallar barəsində (eyni zamanda əsas vərəqə, 33-dən artıq əlavə vərəq əlavə oluna bilməz) məlumat bəyan oluna bilər. Əlavə vərəqlərin doldurma qaydaları, əlavə vərəqdə bəyannaməçi tərəfindən doldurulmayan A qrafası istisna olunmaqla, YGB-nin əsas vərəqlərinin uyğun qrafalarının doldurulması qaydaları kimidir.

Yük gömrük bəyannaməsi 54 rəqəm qrafasından, 4 hərif qrafasından (A,B,S,D) ibarətdir. Rəqəm qrafalarından 7-ci qrafa, hərif qrafalarından S, D qrafalar gömrük orqanları tərəfindən, qalan qrafalar isə bəyannaməçi tərəfindən doldurulur. 7 sayılı qrafaya gömrük orqanları tərəfindən “sorgu nömrəsi” qeyd edilir. Sorgu nömrəsi 99999/9/99/9999 kimi 4 elementdən ibarət olur. Bu elementlər aşağıdakılar göstərir:

- ✓ 1-saylı element, gömrük orqanları və onların struktur bölmələrinin milli Təsnifatına uyğun olaraq, gömrük rəsmiləşdirilməsini həyata keçirən gömrük orqanının kodunu
- ✓ 2-saylı element, YGB-nin gömrük rəsmiləşdirilməsinə qəbul olunduğu ilin son rəqəmini
- ✓ 3-saylı element, cari ayın sıra nömrəsini
- ✓ 4-saylı element isə müvafiq gömrük orqanı tərəfindən rəsmiləşdirilmiş YGB-nin sıra nömrəsini bildirirlər

Qrafa D - Qrafaya gömrük orqanının şamp və möhürü vurulur. Lazım olan hallarda isə gömrük nəzarəti nəticələrini əks etdirən başqa qeydlər olunur. YGB-nin arxa tərəfində əlavə məlumatlar yazılarkən məsuliyyətli şəxs tərəfindən şamp və ya möhür vurulması zəruridir.

Qrafa S - YGB-nin bu qrafası gömrük orqanı tərəfindən texnoloji qeydlər üçün istifadə oluna bilər. Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydaları Dövlət Gömrük Komitəsinin 1998-ci il 27 sayılı Əmrində öz əksini tapmışdır. Bu bölmədə ixracatçılar üçün gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydalarını sadələşdirmək və daha asan başa düşülən etmək üçün aşağıdakı formada cədvəl tərtib edilmişdir. Bu cədvəl əsasında istənilən ixracatçı gömrük yük bəyannaməsini sərbəst şəkildə doldura bilər.

² Gömrük yük bəyannaməsi rəsmi sənəd olduğundan onu yalnız Dövlət Gömrük Komitəsindən ödəniş əsasında əldə etmək olar. Bəzən ixracatçılar bu sənədi əldə etmək əvəzinə bu sənədi brokerlərə bəyannamənin doldurulması xidməti üçün ödəniş edirlər ki, bu ödəniş blankın əldə edilməsindən daha baha başa gəlir.

Aşağıdakı cədvəldə hansı qrafanın qabağında boş yer qalıb bu həmin sütunun qrafaya aid olmaması səbəbindəndir. Çünki əksər qrafanın yalnız bir sütunu mövcuddur. Cədvəlin sonuncu 3 sütunu Gömrük yük bəyannaməsinin 2, 8, 9, 11-ci qrafaları üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
1. Bəyannamənin tipi	“IX” sözü yazılır	Gömrük rejiminin 2 rəqəmli kodu (Əlavə 7-5)	Özü istehsal etdiyi məhsulu ixrac edəndə -1, digər halda 0			
2. Göndərən/ ixracatçı	Hüquqi və fiziki şəxsin adı və ünvanı			Hüquqi şəxsin VÖEN-i	Qeydiyyat nömrəsi	Qeydiyyat tarixi
3. Əlavə vərəqlər	Əlavə vərəq olduqda vərəqin sıra nömrəsi	Əlavə vərəqlər daxil olmaqla vərəqlərin ümumi sayı				
4. Yükləmə spesifikasiyası	Əlavə vərəq olduqda onların ümumi sayı					
5. Mal adlarının ümumi sayı ¹	Əsas vərəqdə və əlavə vərəqin 31-ci qrafasında göstərilən mal növlərinin ümumi sayı					
6. Yerlərin sayı	Mallar partiyasında yerlərin ümumi sayı ²					
7. Sorğu nömrəsi	Gömrük əməkdaşları tərəfindən verilən nömrə					
8. Malı alan / idxalçı	Malı alan müəssisənin adı, ünvanı, ya da fiziki şəxsin soyadı, adı, atasının adı və ünvanı					
9. Maliyyə tənzimlənməsinə məsul şəxs ³	Məsul hüquqi şəxsin adı və ünvanı, ya da fiziki şəxsin S.A.A, ünvanı				VÖEN	VÖEN

¹ Mal adlarının sayı dedikdə malların sayı yox, onların növlərinin (əmtəə nomenklaturasındakı kodu 9 rəqəm səviyyəsində fərqli olan mallar mal növü kimi götürülür) sayı nəzərdə tutulur.

² Tökülüb doldurula bilən, səpələnib tökülmə və axıcılıq qabiliyyətli yüklər, habelə boru kəməri nəqliyyatı, elektrik xətləri vasitəsilə və qalaq halında gömrük sərhədindən mallar keçirildikdə, bu qrafada “0” rəqəmi yazılır.

³ Ödənişli əsasda xarici-ticarət əməliyyatları üzrə müqavilələr (alqı-satqı, konsiqnasiya müqavilələri, lizinq sazişləri və s.) bağlayan və onlar üzrə hesabatlara məsul olan vətəndaşlardır. Müqaviləni ixracatçı özü bağlayır və maliyyə əməliyyatlarını özü həyata keçirirsə onda “Bax 2” yazılır. Qrafa, ödənişsiz əsasda həyata keçirilən sövdələşmələr üzrə malların keçirilməsi hallarında doldurulur.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
10. Birinci təyinat ölkəsi	Malın aparıldığı birinci təyin ölkəsi					
11. Ticarət edən ölkə	Dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun olaraq ticarət edən (mal idxal olunan) ölkənin rəqəmlə istifadə olunan kodu					
12. Ümumi gömrük dəyəri	Əsas vərəqin və əlavə vərəqin (olduqda) 45-ci qrafasında göstərilən gömrük dəyərlərinin cəmi					
13.	Hər hansı bir qeyd yazılmır					
14. Bəyannaməçi	Bəyannaməçinin adı və ünvanı (poçt indeksi göstərməklə)			VÖEN	Qeydiyyat nömrəsi ⁴	Qeydiyyat tarixi
15. Göndərən ölkə	Göndərən ölkənin hərflərlə adı ⁵					
15a. Göndərən ölkənin kodu	Dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun göndərən ölkənin rəqəmlə kodu					
16. Mənşə ölkəsi	Mənşə ölkəsi adı ⁶					
17. Təyinat ölkəsi (idxalçı ölkə)	Təyinat ölkəsinin adı və qısaldılmış adı					
17a. Təyinat ölkəsinin	Dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun təyinat ölkəsinin kodu					

⁴ Hər hansı müəssisə müqavilə əsasında bəyannaməçilik (broker, vasitəçi) fəaliyyəti göstərdiyi hallarda isə dövlət gömrük nəzarəti orqanları tərəfindən, həmin təşkilatın bəyannaməçi kimi tanınmasına səlahiyyət verən lisenziyanın nömrəsi və verildiyi tarix göstərilir.

⁵ Bəzən qrafada dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun göndərən ölkənin qısa adı göstərilir.

⁶ Eyni adlı mallar (XİF MN üzrə 9-cu rəqəm səviyyəsində eyni cür təsnifləşdirilən və bu mallara münasibətə eyni bir gömrük rejimi tətbiq edilən) müxtəlif ölkələrdə istehsal olunduqda qrafada "müxtəlif" sözü yazılır.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
18. Göndərən zaman nəqliyyat vasitəsi ⁷	Nəqliyyat vasitələrinin sayı, bundan sonra 1 hərf məsafə buraxmaqla gömrük sərhədi buraxılış məntəqəsinə aparılmaq üçün malın yükləndiyi nəqliyyat vasitəsi haqqında məlumat ⁸	Dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun nəqliyyat vasitəsinin mənsub olduğu ölkənin rəqəmli kodu				
19. Konteyner	Mallar konteynerdə keçirildikdə - "1" rəqəmi, konteynerində keçirilmədikdə - "0" rəqəmi					
20. Göndərmə şərtləri	Göndərmə şərtlərinin Təsnifatına uyğun olaraq göndərmə şərtlərini iki rəqəmli kodu (Əlavə 7-6)	Coğrafi məntəqə göstərilməklə göndərmə şərtinin hərflə ifadə olunmuş qısa hərfi adı	"001" - vəsaitin nağd köçürülməsi yolu ilə "002" - kreditiv açılması yolu ilə; "003" - malın dəyəri ödənilmədikdə.			
21. Sərhəddə nəqliyyat vasitəsi ⁹	Nəqliyyat vasitələrinin sayı, bundan sonra 1 hərf məsafə buraxmaqla gömrük sərhədi buraxılış məntəqəsinə aparılmaq üçün malın yükləndiyi nəqliyyat vasitəsi haqqında məlumat	Dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun nəqliyyat vasitəsinin mənsub olduğu ölkənin rəqəmli kodu				

⁷ Göndərmə zamanı nəqliyyat vasitəsi dedikdə malın Azərbaycanda yüklənərək ixrac üçün gömrük sərhəddindən keçirilməsi zamanı istifadə olunan nəqliyyat vasitəsi nəzərdə tutulur.

⁸ Məlumat kimi nəqliyyat növünə uyğun olaraq dəniz, ya da çay gəmisinin adı, hava gəmisinin reys və bort nömrəsi, dəmiryol vaqonunu nömrəsi, yol nəqliyyatı vasitələrini qeydiyyat nömrəsi və digər məlumatlar göstərilir.

⁹ Bu Qrafa malların ölkəyə gətirildiyi və bir nəqliyyat vasitəsindən boşaldılaraq digərinə yükləndiyi hal (tranzit rejimi zamanı) üçün nəzərdə tutulub. Burada sərhəddə nəqliyyat vasitəsi kimi mal ölkəyə gətirilərkən daşındığı nəqliyyat vasitəsi nəzərdə tutulur. Əgər mal ölkədə gətirilmədən Azərbaycanda yüklənib ixrac olunursa onda bu qrafaya "Bax Qrafa 18" yazılır.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
22. Valyuta və malların ümumi faktura dəyəri ¹⁰	Malların faktura dəyərini ifadə edən valyutanın valyutaların Təsnifatına uyğun olaraq rəqəmli kodu	Əsas və əlavə vərəqlərin (olduqda) 42-ci qrafasında göstərilən məbləğin cəmi				
23. Valyuta məzənnəsi	Müvafiq tarixə Mərkəzi bank tərəfindən müəyyən olunan valyuta məzənnəsi ¹¹ (xarici valyutanın manata münasibətdə məzənnəsi)					
24. Sövdələşmənin xüsusiyyəti	Göndərişlərin xüsusi şərtini xarakterizə işarə: "1" - xarici kreditlər "2" - dövlət krediti "3" - kommersiya kreditləri; "4" - birgə müəssisələrin, beynəlxalq birlik və təşkilatların fondunun vəsaiti; "7" – yeni texnika və texnologiya nümayəndələrinin göndərişləri.	Sövdələşmənin xarakteri Təsnifatına uyğun olaraq (Əlavə 7-7) sövdələşmə xarakterinin iki rəqəmli kodu				
25. Sərhəddə nəqliyyatın kodu	Nəqliyyat vasitələrinin Təsnifatına uyğun (Əlavə 7-8) sərhəddə nəqliyyat vasitəsi növünün kodu					
26. Ölkə daxilində nəqliyyat vasitəsinin kodu	Nəqliyyat vasitələrinin Təsnifatına uyğun (Əlavə 7-8) ölkə daxilində nəqliyyat vasitəsi növünün kodu					

¹⁰ Faktura dəyəri dedikdə alqı-satqı müqaviləsində göstərilən faktiki ödənilən və ya ödənilməli məbləğ nəzərdə tutulur.

¹¹ Faktura dəyəri milli valyuta ilə bəyan olunan hallarda - "1" rəqəmi yazılır.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
27. Malların yükləmə/boşaltma yeri	Malların nəqliyyat vasitəsinə yükləndiyi şəhərin (rayonun) adı					
28 Maliyyə və bank məlumatı	Hər biri yeni sətirdən başlanılmaqla və onlardan hər birinin qarşısına növbəti sıra nömrəsi qoyulmaqla müvafiq valyuta və bank məlumatları ¹²					
29. Sərhəd gömrük orqanı	Fəaliyyət bölgəsi gömrük sərhədi buraxılış məntəqəsində yerləşən (malın keçiriləcəyi) gömrük orqanı (gömrükxana) göstərilir			Gömrük orqanın Milli Təsnifata uyğun kodu (Əlavə 7-9)		
30.Malların baxış yeri ¹³	Müvəqqəti saxlanc anbarını təsis etmiş gömrük orqanının kodu					
31.Yük yerləri və malların təsviri	“Markalama və miqdar - konteynerlərin nömrəsi, malların təsviri” Malların ticarətdə istifadə olunan adları və onların modelləri, tipləri, ölçüləri və s. daxil olmaqla onların texniki xarakteristikaları			Konteynerlərdə aparılan mallar üçün konteynerlərin sayı və bir hərf buraxmaqla nömrəsi	Yük yerlərinin sayı	XİF MN üzrə ölçü vahidinin qısaldılmış adı (kq və s.) yazılmaqla malın miqdarı (çəki),
32 Malın nömrəsi	31-ci qrafada bəyan olunan malın sıra nömrəsi (1, 2 və s.)					

¹² Müvafiq məlumatlara aşağıdakılar daxildir:

- 1- valyuta nəzarəti sənədinin nömrəsi, ya da bankın identifikasiya nömrəsi;
- 2- bankın qısaldılmış adı;
- 3- 9-cu qrafada göstərilən hüquqi və ya fiziki şəxsin milli valyuta hesabının nömrəsi;
- 4- 9-cu qrafada göstərilən hüquqi və ya fiziki şəxsin valyuta hesabının nömrəsi;
- 5- vergi ödəyicisinin Vergilər Nazirliyi tərəfindən verilmiş uçot nömrəsi.

¹³ Qrafada malların gömrük rəsmiləşdirilməsi dövründə onların müvəqqəti saxlanc anbarında yerləşdirilməsi zamanı doldurulur.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
33.Malın kodu	Malların XİF ƏN üzrə 9 rəqəmli kodları	Ehtiyat qrafik				
34. Mənşə ölkəsinin kodu	Eyni adlı malların mənşə ölkəsinin rəqəmli kodu ¹⁴					
35. Brutto çəki	Malların qablaşdırma vasitəsilə birlikdə ümumi çəkisi kiloqramla					
36. İmtiyazlar	Gömrük tədiyyələrinin ödənişi üzrə xüsusiyyətlər, ya da güzəştlərə əsas verən milli Təsnifatına (Əlavə 7-10) uyğun kodu					
37.Üsul	Bəyan olunmuş gömrük rejiminə uyğun malların keçirilmə prosedurlarının 6 rəqəmli kodu ¹⁵					
38. Netto çəki	Malların qablaşdırması nəzərə alınmadan çəkisi					
39.Kvota ¹⁶	Alınmış lisenziyaya əsasən ayrılmış kvotanın qalığı ölçü vahidi ilə					
40. Ümumi bəyannamə/ əvvəlki sənəd ¹⁷	Əvvəlki bəyannamənin nömrəsi göstərilir.					

¹⁴ Əgər bu mallar eyni adlıdursa (XİF MN üzrə 9-cu rəqəm səviyyəsində eyni cür təsnifləşdirilən və bu mallara münasibətdə eyni bir gömrük rejimi müəyyən olunmuşdursa), lakin mənşəcə müxtəlif ölkəndirsə, belə halda qrafada “000” göstərilir. Bir neçə adda mallar bəyan olunarkən, dünya ölkələrinin Təsnifatına uyğun olaraq əlavə vərəqlərdə malların hər birinin mənşə ölkəsinin kodu göstərilir.

¹⁵ Birinci iki rəqəm malların gömrük sərəhdindən keçirilmə prosedurları Təsnifatına uyğun Gömrük rejiminin kodunu (Əlavə 7-5) göstərir. İkinci iki rəqəm isə əgər əvvəlki gömrük rejimi məlumdursa (tranzit rejimi olduqda), həmin rejimin kodunu göstərir. Əvvəlki gömrük rejimi naməlum olduqda, ya da olmadığı hallarda “00” göstərilir. Sonuncu iki rəqəmi isə bəyan olunan gömrük rejiminə müvafiq Əlavə 7-5-in 2-ci bəndinə uyğun malların keçirilmə xüsusiyyətini göstərir. Əgər ikinci bənddə nəzərdə tutulmuş xüsusiyyətlər yoxdursa, bu halda “00” göstərilir.

¹⁶ Miqdarına məhdudiyət müəyyən olunmuş mallar üçün doldurulur.

¹⁷ Bəyan olunan gömrük rejimindən əvvəl digər gömrük rejiminin olduğu (mal mübadiləsi əməliyyatlarında-qarşılıqlı mal göndərişləri) hallarda, və ya müvəqqəti, natamam (orderli göndəriş) dövrü, ümumi bəyannamələrin təqdim olunması zamanı doldurulur. Belə hal olmadıqda qrafa boş buraxılır.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
41. Əlavə ölçü vahidinin kodu	XİF ƏN üzrə 31-ci qrafada əlavə ölçü vahidi ilə bəyan olunmuş malların ölçü vahidinin kodu					
42. Malın faktura dəyəri	22-ci qrafada göstərilmiş valyuta ilə 31-ci qrafada bəyan olunmuş malların faktura dəyəri					
43.	Bu qrafanın məqsədi aydın deyil					
44. Əlavə məlumat	Hər rekvizit yeni sətirdən başlanmaqla, qarşısına sıra nömrəsi qoyulmaqla müvafiq ¹⁸ məlumatlar yazılır					
45. Gömrük dəyəri	31-ci qrafada bəyan olunan malların milli valyuta ilə gömrük dəyəri					
46. Statistik dəyər	Bəyan olunan malların ABŞ dolları ilə statistik dəyəri (faktura dəyərinin ABŞ dolları ilə ifadəsi)					

¹⁸ **Müvafiq məlumatlar aşağıdakılardır:**

- 1- lisenziyanın nömrəsi və verildiyi tarix, habelə onun fəaliyyət müddəti;
- 2- nəqliyyat sənədinin nömrəsi;
- 3- daşıma cədvəlinin nömrəsi və tarixi;
- 4- müqavilənin (kontraktın, sazişin və s.) nömrəsi və tarixi;
- 5- əsas kontrakt, müqavilə, saziş və s. olan əlavələrin nömrəsi və verildiyi tarix;
- 6- digər dövlət orqanlarının (onların adı göstərilməklə), b orqanların mallara nəzarəti lazım olan hallarda mallara nəzarəti lazım olan hallarda verdiyi icazənin tarixi və nömrəsi;
- 7- malların gömrük ərazisindən kənarında emalına verilən icazənin nömrəsi və verildiyi tarix, habelə onun fəaliyyət müddəti;
- 8- malların mənşə sertifikatları haqqında məlumat;
- 9- gömrük ödənişlərinin alınmasından azad olmaq haqqında hökumət, dövlət qərarlarının adı, nömrəsi və verildiyi tarix də daxil olmaqla, verilən lisenziyaların, digər icazələrin nömrələri və verildiyi tarix.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
47. Gömrük rüsumları və yığımlarının hesablanması	Qrafada cədvəlin sütunlarının hamısı müvafiq qaydada ¹⁹ doldurulur					
B. Hesablanmanın təfəsilatı	Hər bir gömrük ödənişi aşağıdakı məlumatlar: 1-ci – gömrük ödənişinin kodu, 2- ci – gömrük ödənişinin məbləği, 3-cü gömrük ödənişinin valyutasının kodu (məs.12-100-932)					
48.Ödənişlərə möhlət	Ödənişlərinin ödənilməsinin uzadılması və ödənilməyə verilmiş möhlətin son müddəti altı rəqəmlə (gün, ay, il-məs. 12.07.09)					
49. Anbarın adı	Mal anbarda saxlanacağı təqdirdə anbarın adı					
50. Vəkalət verən	YGB və onun əlavə vərəqlərində göstərilən məlumatları təsdiq edirəm” ifadəsi yazılaraq bəyannaməçinin (yük göndərəninin) imzası və möhürü ilə təsdiqi					

¹⁹ Müvafiq qaydaları aşağıdakılardan ibarətdir:

“Növ” sütununda gömrük ödənişlərinin Təsnifatına (Əlavə 7-10) uyğun olaraq gömrük ödənişi növünün kodu göstərilir.

“Hesablamaya əsas” sütununda üzərində gömrük ödənişi aparmaq üçün müvafiq ödəniş üçün əsas verən rəqəmlər (gömrük rüsumu və yığımının üçün malın gömrük dəyəri, ƏDV üçün 100) yazılır. Bu sütunda yalnız rəqəmli işarələr göstərilir.

“Tarif dərəcəsi” sütununda Gömrük rüsumunun dərəcəsi, ƏDV-nin faizi (18%) qeyd olunur, yığım üçün isə bu qraf boş buraxılır.

“Məbləğ” sütununda malların gömrük dəyəri ifadə olunan valyuta ilə hesablanmış, ödəniləcək gömrük ödənişlərinin məbləği göstərilir.

“ÖÜ” ödəniş üsulu sütununda ödəniş üsulunun iki rəqəmli, və ya hərfi kodları mövcud gömrük tədiyələrinin ödənişi şərtləri və üsulundan asılılıq qaydalarına uyğun olaraq göstərilir:

- 01, və ya “NH” - bank vasitəsilə nağdsız hesablaşma;
- 02, və ya “GK” - gömrük kassasına nağd ödənilmişdir;
- 03, və ya “ÖM” – ödənişə möhlət verilmişdir;
- 04, və ya “ÖMU” - gömrük ödənişlərinin ödənilməsi üzrə möhlət müddəti uzadılmışdır;
- 05, və ya “ŞH” - gömrük ödənişlərində şərti hesablanma olunmuşdur;
- 06, və ya “QÖ” - ödəniş qarşılıqlı hesablaşma əsasında aparılmışdır.

Cədvəlin aşağısındakı “Cəmi” sütunua isə ödəniləcək gömrük ödənişlərinin cəmi yazılır.

Gömrük yük bəyannaməsinin doldurulması qaydası (ixrac rejimi üçün)						
GYB-nin Qrafaları	Qrafanın birinci yarım bölməsi	Qrafanın ikinci yarım bölməsi	Qrafanın 3-cü yarım bölməsi	Qrafanın yuxarı sağ küncü	Qrafanın aşağı sol hissəsi	Qrafanın aşağı sol hissəsi
51. Gömrük orqanı və tranzit ölkələri	Tranzit rejimində aparıldıqda tranzit ölkələri və gömrük orqanları yazılır.					
52. Zəmanət üçün	Etibarlı deyil yazılır.					
53. Gömrük orqanı və təyinat ölkəsi	Tranzit rejimində malın çatacağı son ölkə yazılır.					
54. Yer və tarix	YGB-nin doldurulduğu yer və tarix, 14-cü qrafada göstərilən təşkilat tərəfindən malların bəyan olunmasına vəkalət-səlahiyyəti olan şəxsin adı və soyadı, tutduğu vəzifə, onun şəxsi imzası, müəssisənin-bəyannaməçinin əlaqə vasitələri göstərilir.					

Malın gömrük rəsmiləşdirilməsi və ixracı

Əvvəldə qeyd edilən sənədlər (*keyfiyyət sertifikatı, mənşə sertifikatı, müqavilə, ödəniş haqqında sənəd, ixrac olunacaq məhsulun hesab fakturası, yük gömrük deklarasiyası, tirkarnet və beynəlxalq invoys*) əldə edildikdən və gömrük yük deklarasiyası doldurulduqdan sonra ixracatçı müvafiq gömrük idarəsinə ixraca icazə verilməsi ilə bağlı müraciət edir. Müraciətə müsbət cavab verildikdə ixracatçı gömrük rəsmiləşdirilməsi üçün müvafiq orqana (burada Bakı Baş Gömrük İdarəsi götürülür) gedir. Bundan sonra aşağıdakı əməliyyatlara həyata keçirilir.

Sənədlər “vahid pəncərə” prinsipi ilə gömrük orqanın statistika şöbəsinə verilir. Statistika şöbəsi sənədlərə baxıb uyğun olduqda 7 saylı qrafaya “sorgu nömrəsin” yazır. Sonra statistika şöbəsi sənədləri Maliyyə Şöbəsinə göndərir. Burada Maliyyə şöbəsi sənədlər əsasında rəsmiləşdirməyə görə yığım və ƏDV-nin ödənilməsi üçün qaimə verir. İxracatçı qaimə əsasında kassaya ödəmə edərək (nağd ödəmə olduqda), nəticəni yenə Maliyyə şöbəsinə təqdim edir. Sonra Maliyyə şöbəsi sənədləri Əmlak və ya Yük şöbəsinin rəis müavininə təqdim edir və o, D Qrafasına möhür vurur. Daha sonra sənədlər gəlir ilkin qəbul edən inspektora və o da son olaraq D qrafasına ştampt vurur. Bununla gömrük rəsmiləşdirilməsi tamamlanmış olur və gömrük nəzarəti başlayır.

Gömrük nəzarəti inspektoru bəyannaməçi ilə birlikdə malın yüklənmə yerinə gəlir. İnspektorun nəzarəti altında deklarasiyada göstərilmiş yer və çəki miqdarında məhsulları standartlara cavab verən yük maşının yüklənir. Sonra maşın qapıları örtülərək bloklanır. Yenidən inspektor və ixracatçı gömrük orqanına gələrək *ştrix kod* hazırlayırlar. Ştrix kod 2 hissədən ibarət olur: biri dartıcı üçün, ikincisi qoşqu üçün. Ştrix kodun hazırlanması üçün ixracatçı aşağıdakı sənədləri təqdim edir:

- ✓ Sürücünün sürücülük vəsiqəsi
- ✓ Dartıcı və qoşqunun texniki pasportu
- ✓ Maşın öz adına olmadıqda sürücüyə etibarnamə

Bu sənədlər əsasında sürücüyə ştrix kod verilir və müşayiət sənədlərinə əlavə edilir. Artıq sürücü bu sənədlər əsasında malı gömrük sərhədindən keçirə bilər. Ümumiyyətlə sürücü özü ilə aşağıdakı sənədləri götürür:

1. Deklarasiyanın 4-cü səhifəsindən iki nüsxə
2. Tirkarnet və beynəlxalq invoysun (CMR) səhifələri
3. Malın invoysu- 2 nüsxə
4. Mənşə sertifikatı və 2 nüsxəsi
5. Keyfiyyət sertifikatı – 2 nüsxəsi
6. İSO sertifikatının nüsxəsi (olduqda)

Sürücü yüklənmiş və plomblanmış nəqliyyat vasitəsilə gömrük sərhədinə gəlir və sənədləri təqdim edir. Burada deklarasiyanın 4-cü səhifəsinin əslin, beynəlxalq invoysun axırıncı səhifəsin, BYD kitabçasının 2-ci qoşqur ilə bilən vərəqin, invoysun, mənşə və keyfiyyət sertifikatlarının nüsxələrin gömrük əməkdaşları götürür. Sonra yük maşını gömrük nəzarətindən keçirilir, hər hansı nöqsan aşkarlanmadıqda maşının sərhəddən keçməsinə icazə verilir. Bununla da ixrac prosesi tamamlanmış olur.

**İxracı və idxalı Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin sərəncamı
əsasında aparılan malların siyahısı**

Malların adı	XİF ƏN kodu
Silah və hərbi texnika, onların istehsalı üçün zəruri olan ehtiyat hissələri	8710, 8802 (8802 11 100, 8802 12 100, 8802 20 100, 8802 30 100, 8802 40 100 istisna olaraq); 8803 (8803 10 100, 8803 20 100, 8803 30 100, 8803 90 910 istisna olaraq); 8906 00 100, 9301, 9302, 9305 (ancaq döyüş silahlarına aiddir); 9306 (9306 10 000, 9306 29 100, 9306 30 910, 9306 30 930 istisna olaraq); 9013, 9013 10 100, 9013 20 000, 9013 80 000, 9014 (ancaq hərbi təyinatlı olanlara); 8526 (ancaq hərbi təyinatlı olanlara)
Barıt, partlayıcı maddələr, partlayış və piro-texnika vasitələri	3601 (ovçuluq barıtı istisna olmaqla); 3602 — 3604
Nüvə materialları, texnologiyaları, avadanlıqları və qurğuları, xüsusi qeyri-nüvə materialları, radioaktiv şüalanma mənbələri, radioaktiv tullantılar da daxil olmaqla	
Azərbaycan Respublikasının ərazisində dövriyyəsi məhdudlaşdırılan narkotik vasitələr və psixotrop maddələr, habelə kimyəvi zəhərlər	
Silahlanma və hərbi texnikanın yaradılması üçün istifadə olunan elmi-texniki məlumatın və texnologiyaların, material və avadanlıqların ayrı-ayrı növləri	
Qan, qan komponentləri və onlardan hazırlanan preparatlar	
Emal edilməmiş almazın ixracı	

**İxracı və idxalı müvafiq dövlət orqanlarının rəyi alınmaqla aparılan spesifik malların
(xidmətlərin və əqli mülkiyyətin)
siyahısı**

Malların adı	Malın XİF ƏN kodu	Rəyi tələb olunan dövlət orqanları
İxrac		
Çöl heyvanları, yabanı bitkilər və qazıntılarda tapılmış heyvan sümükləri		Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi
Vəhşi heyvanlardan və yabanı bitkilərdən dərman istehsalı üçün xammal; ilan, böyə və əqrəb zəhərləri		Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, Səhiyyə Nazirliyi
Azərbaycan Respublikası ərazisində quruda və dəniz iqtisadi zonası hüdudlarında yerləşən istilik enerji və mineral xammal yataqları haqqında və rayonlar üzrə məlumat		Azərbaycan Respublikası Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, Dövlət Torpaq və Xəritəçəkmə Komitəsi
İxtiralar, «Nou Hau» və elmi tədqiqat işlərinin nəticələri (ixrac nəzarətinə düşənlər istisna olmaqla)		Azərbaycan Respublikası Elmlər Akademiyası, Standartlaşdırma, Metrologiya və Patent üzrə Dövlət Komitəsi
İncəsənət əsərləri, kolleksiya əşyaları və əntiq mallar	9701 — 9706	Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi
Azərbaycan Respublikasının ərazisində dövriyyəsinə nəzarət edilən psixotrop maddələr		Azərbaycan Respublikasının Səhiyyə Nazirliyi
İdxal		
Bitkilərin mühafizəsi üçün istifadə edilən kimyəvi vasitələr	3803	Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi
Baytarlıq təbabətində tətbiq edilən dərman, bioloji preparatlar və baytarlıq ləvazimatları		Dövlət Baytarlıq Komitəsi
Dərman vasitələri, o cümlədən Azərbaycan Respublikasının ərazisində dövriyyəsinə nəzarət edilən psixotrop maddələr və tibbi ləvazimatlar	30 qrup 9018 — 9022	Azərbaycan Respublikası Səhiyyə Nazirliyi

Malların adı	Malın XİF ƏN kodu	Rəyi tələb olunan dövlət orqanları
Azərbaycan Respublikası ərazisində xidmətlərin göstərilməsi:		
inşaat fəaliyyəti (mühəndis-axtarış, layihə, tikinti-quraşdırma və buraxılış-sazlama işləri)		Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsi, Fövqəladə Hallar Nazirliyi, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi
yük və sərnişin daşınması, nəqliyyat ekspeditor xidmətləri		Azərbaycan Dövlət Dəmir Yolu İdarəsi, Xəzər Dəniz Gəmiçiliyi, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyası, Nəqliyyat Nazirliyi
rabitə xidmətləri (beynəlxalq, şəhərlərarası, şəhər, kənd, sellular, reysinq, radiotrank, kabel televiziyanın qurulması və istismarı, sürətli poçt xidmətlərinin göstərilməsi)		Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi
vəkillik və digər hüquqi xidmətlər		Ədliyyə Nazirliyi

Tir karnet tələb edən ölkələrin siyahısı

ISO Code	Contracting Parties	Countries with which a TIR transit operation can be established	Association Code	National Associations
AFG	Afghanistan	-	-	-
ALB	Albania	Albania	044	ANALTIR
DZA	Algeria	-	-	-
ARM	Armenia	Armenia	079	AIRCA
AUT	Austria	Austria	084	AISÖ
AZE	Azerbaijan	Azerbaijan	075	ABADA
BLR	Belarus	Belarus	034	BAMAP
BEL	Belgium	Belgium	014	FEBETRA
BIH	Bosnia and Herzgovina	-	-	-
BGR	Bulgaria	Bulgaria	046	AEBTRI
CAN	Canada	-	-	-
CHL	Chile	-	-	-
HRV	Croatia	Croatia	064	TRANSPORTKOMERC
CYP	Cyprus	Cyprus	035	TDA
CZE	Czech Republic	Czech Republic	047	CESMAD BOHEMIA
DNK	Denmark	Denmark	017	DTL
EST	Estonia	Estonia	031	ERAA
FIN	Finland	Finland	021	SKAL
FRA	France	France	019	AFTRI
GEO	Georgia	Georgia	054	GIRCA
DEU	Germany	Germany	016; 048	BGL; AIST
GRC	Greece	Greece	037	OFAE
HUN	Hungary	Hungary	049	MKFE
IDN	Indonesia	-	-	-
IRN	Iran (Islamic Republic of)	Iran (Islamic Republic of)	057	ICCIM
IRL	Ireland	Ireland	024	IRHA
ISR	Israel	Israel	056	IRTB
ITA	Italy	Italy	038	UICCIAA
JOR	Jordan	Jordan	086	RACJ
KAZ	Kazakstan	Kazakstan	081	KAZATO
KWT	Kuwait	Kuwait	061	KATC
KGZ	Kyrgyzstan	Kyrgyzstan	080	KYRGYZ AIA
LVA	Latvia	Latvia	033	LATVIJAS AUTO
LBN	Lebanon	Lebanon	082	CCIAB
LBR	Liberia	-	-	-
LTU	Lithuania	Lithuania	032	LINAVA
LUX	Luxembourg	Luxembourg	014	FEBETRA
MLT	Malta	Malta	090	ATTO

ISO Code	Contracting Parties	Countries with which a TIR transit operation can be established	Association Code	National Associations
MDA	Moldova	Moldova	060	AITA
MNG	Mongolia	Mongolia	087	NARTAM
MNE	Montenegro	Montenegro	068	PKCG
MAR	Morocco	Morocco	085	AMTRI
NLD	Netherlands	Netherlands	026; 027; 028	TLN; KNV; EVO
NOR	Norway	Norway	025	NLF
POL	Poland	Poland	051	ZMPD
PRT	Portugal	Portugal	041	ANTRAM
ROK	Republic of Korea	-	-	-
ROU	Romania	Romania	050; 052	UNTRR; ARTRI
RUS	Russian Federation	Russian Federation	053	ASMAR
SRB	Serbia	Serbia	089	SCC-ATT
SVK	Slovakia	Slovakia	040	CESMAD SLOVAKIA
SVN	Slovenia	Slovenia	043	GIZ INTERTRANSPORT
ESP	Spain	Spain	036	ASTIC
SWE	Sweden	Sweden	029	SA
CHE	Switzerland	Switzerland	015	ASTAG
SYR	Syrian Arab Republic	Syrian Arab Republic	083	SNC ICC
TJK	Tajikistan	Tajikistan	078	ABBAT
MKD	The Former Yugoslav Republic of Macedonia	The Former Yugoslav Republic of Macedonia	065	AMERIT
TUN	Tunisia	Tunisia	063	CCIT
TUR	Turkey	Turkey	042	TOBB
TKM	Turkmenistan	Turkmenistan	076	THADA
UKR	Ukraine	Ukraine	066	AIRCU
ARE	United Arab Emirates	-	-	-
GBR	United Kingdom	United Kingdom	022; 023	RHA; FTA
USA	United States of America	-	-	-
URY	Uruguay	-	-	-
UZB	Uzbekistan	Uzbekistan	074	AIRCUZ

BYD kitabçasının doldurulması qaydaları

1. BYD kitabçasının üz qabığının doldurulması

1-ci səhifə

Qrafalar 1-4 BYD kitabçasını verilmiş zəmanət birliyi tərəfindən doldurulur.

Qeyd:

Üz qabığının birinci səhifəsində dəyişikliklər yalnız BYD kitabçasını vermiş zəmanət birliyi tərəfindən edilir. Düzəlişlər zəmanət birliyinin möhürü ilə təsdiq olunmalıdır.

Qrafa « No _____ »

BYD kitabçası verilərkən ona verilmiş nömrə çap edilir.

Qrafa 1. « ___ dək edibarlıdır »

BYD kitabçasını rəsmiləşdirmək üçün göndərən gömrük orqanına təqdim edilə biləcəyi son tarix göstərir.

Qeyd:

Kitabça bu qrafada göstərdən tarixədək göndərən gömrük orqanına təqdim edilmişsə, o malların daşınması başa çatanaqədək etibarlıdır. Əgər BYD kitabçası göstərilən tarixdən sonra göndərən gömrük orqanına təqdim edilsə, o gömrük rəsmiləşdirilməsi üçün qəbul edilə bilməz.

Qrafa 2. « Verilmişdir: »

BYD kitabçasını vermiş zəmanət birliyin adı göstərilir.

Qrafa 3. « Sahib: »

BYD kitabçası verilmiş daşıyıcının adı, identifikasiya kodu, tam poçt ünvanı göstərilir.

Qeyd:

BYD daşınması yalnız 3-cü qrafada göstərilən daşıyıcı tərəfindən həyata keçirilə bilər.

Qrafa 4. « BYD kitabçasını verən təşkilatın imzası »

Zəmanət birliyinin vəzifəli şəxsinin, həmin birliyin möhürü ilə təsdiq olunmuş imzası qoyulur.

Qrafa 5. « Beynəlxalq təşkilatın katibinin imzası »

Beynəlxalq avtomobil nəqliyyatı İttifaqının (BANI) katibinin imzası qoyulur.

Qrafalar 6 – 12 BYD kitabçasının sahibi tərəfindən doldurulur.

Qrafa 6. « Göndərən ölkələr »

Malların BYD daşınmasının başladığı göndərən ölkə(lər) göstərilir

Qrafa 7. Bütün mallar və ya onların bir hissəsi üçün BYD daşınmanın başa çatdığı ölkə (lər) göstərilir (təyinat ölkəsi).

Qeyd: (6 - 7-ci qrafalar)

BYD Konvensiyasının 18-ci maddəsinə uyğun olaraq BYD daşınması bir neçə göndərən və təyinat gömrük orqanları olduğu hallarda da həyata keçirilə bilər. Göndərən və təyinat gömrük orqanlarının ümumi sayı dördədən artıq ola bilməz.

BYD kitabçası bütün göndərən gömrük orqanları tərəfindən rəsmiləşdirildikdən sonra təyinat gömrük orqanına təqdim oluna bilər.

Qrafa 8. « Nəqliyyat vasitəsinin qeydiyyat nömrəsi »

Malların daşındığı nəqliyyat vasitəsinin dövlət nömrə nişanı göstərilir.

Qrafa 9. « Nəqliyyat vasitələrinin BYD daşınmasına buraxılış şəhadətnaməsinin nömrəsi, onun hansı tarixədək etibarlı olduğu göstərilir ».

Qrafa 10. « Konteynerin eyniləşdirmə nömrəsi »

Mallar konteynerdə daşındığı halda doldurulur. Konteynerin (tanınma) eyniləşdirmə nömrəsi göstərilir.

Qrafa 11. «Qeydlər»

BYD kitabçası verilirəkən zəmanət birliyinin zəruri hesab etdiyi bütün məlumatlar və ya gömrük orqanının təkidi ilə daxil edilmiş məlumatlar göstərilir.

Qrafa 12. «BYD kitabçasının sahibinin imzası»

BYD kitabçasının verildiyi daşıyıcının müvəkkilinin imzası qoyulur.

Qeyd:

Üz qabığının 2-ci səhifəsində mətbəə üsulu ilə fransız dilində «BYD kitabçasından istifadə qaydaları», üz qabığının 3-cü səhifəsində mətbəə üsulu ilə ingilis dilində «BYD kitabçalarının istifadə qaydaları» çap olunmalıdır.

Üz qabığının 4-cü səhifəsində yuxarı sağ küncündə BYD kitabçasının gömrük orqanları tərəfindən götürülərkən götürülmə və tarixi barədə gömrük orqanlarının qeydiyyatı aparılaraq sahibinə qaytarılan BYD kitabçasının nömrəsi olan qoparılan talon yerləşdirilmişdir. Olunan qeyd gömrük orqanının əməkdaşının şəxsi nömrəli möhürü ilə təsdiqlənməlidir.

BYD kitabçasının gömrük orqanları tərəfindən götürülməsi, kitabçanın etibarlılıq müddətinin başa çatdığı, kitabçanın onu sahibi tərəfindən təqdim olunmadığı, kitabçanın düzgün doldurulmadığı halda həyata keçirilir. Götürülmüş kitabçalar Zəmanət Birliyinə təqdim etmək üçün DGK-ya göndərilir.

2. Qoparılmayan vərəq №- 1/ №-2 (sarı rəngli)

Qoparılmayan vərəq №- 1/ №-2 BYD kitabçasının sahibi tərəfindən doldurulur

Qrafa 1. «BYD kitabçasının № ... »

BYD kitabçasının üz qabığının birinci vərəqində mətbəə üsulu ilə əvvəlcədən çap olunmuş nömrəsi göstərilir.

Qrafa 2. «Göndərən gömrük orqanları»

Malların daşınmasının bağladığı gömrük orqan(lar)ının ad(lar)ı göstərilir.

Qrafa 3. «Verilmişdir»

BYD kitabçasını vermiş beynəlxalq təşkilatın adı «Union Internationale des Transports Routiers» (İRU) 1; 3 qrafaları əvvəlcədən mətbəə üsulu ilə çar edilir.

Nömrəsiz qrafa «Rəsmi istifadə üçün»

Mallar göndərilərkən göndərən gömrük orqanının zəruri hesab etdiyi məlumatlar göstərir.

Qrafa 4. «BYD kitabçasının sahibi»

BYD kitabçasının üz qabığının birinci vərəqinin 3-cü qrafasında göstərilən məlumatlar bura köçürülür.

Qrafa 5. «Göndərən ölkə(lər)»

Göndərən gömrük orqanının (orqanlarının) yerləşdiyi ölkənin adı göstərilir.

Qrafa 6. «Təyinat ölkəsi (lər)»

Təyinat gömrük orqanının (gömrük orqanlarının) yerləşdiyi ölkənin adı göstərilir.

Qrafa 7. «Yol nəqliyyat vasitəsinin qeydiyyat nömrəsi(lər)»

Üz qabığının birinci vərəqinin 8-ci qrafasında göstərilən məlumatlar buraya köçürülür.

Qrafa 8. «Əlavə olunan sənədlər»

BYD kitabçasına əlavə olunan sənədlər (fotoşəkillər spesifikasiyalar və s.) göstərilir. Bu halda göstərilən sənədlərin surətləri BYD kitabçasının hər bir vərəqinə bərkidilir.

Qrafa 9. Yük bölməsi (bölmələri) və ya konteyner(lər), yük yerlərinin və ya aşıyaların tanınma nişanları (işarələri)

Yük bölmələrinin və ya konteynerlərin nömrələri, yük yerlərinin ayrıca hər bir yük bölməsi və ya konteyner üzrə markalanması göstərilir.

Qrafa 10. «Yük yerlərinin sayı və görünüşü, malların təsviri»

Yük yerlərinin sayı, qablaşdırılmış növü, ayrıca hər bir yük yeri və ya konteyner üzrə malların təsviri verir.

Qrafa 11. «Brutto çəkisi»

Hər bir yük bölməsi və ya konteyner üzrə malların brutto çəkisi (qablaşdırma, tara ilə) göstərilir.

Qeyd:

Əgər BYD kitabçası nəqliyyat vasitələri qatarına, yaxud bir neçə konteynerə verilmişsə, hər bir nəqliyyat vasitəsinin və ya konteynerin içərisindəkilər 9-11 qrafalarda ayrıca göstərilir.

Daşınma marşrutu bir neçə göndərən və təyinat gömrük orqanlarından keçirsə, mallara dair məlumatlar hər bir gömrük orqanı üzrə ayrıca daxil edilir.

Qrafa 12. «Manifestdə bəyan edilən yük yerlərinin ümumi sayı»

Nəqliyyat vasitəsində daşınan və BYD kitabçasının yük manifestində göstərilən yük yerlərinin ümumi sayı göstərilir. 12-ci qrafanın (1,2,3)-cü qrafalarında təyinat gömrük orqanlarının adları göstərməklə hər biri üzə ayrıca yük yerlərinin sayı yazılır.

Qrafa 13, 14, 15. «Yer, tarix, BYD kitabçasının sahibinin imzası»

BYD kitabçasının doldurulma yeri, tarixi göstərilir və BYD kitabçasının sahibinin səlahiyyəti nümayəndəsinin imzası qoyulur.

Qoparılmayan № 1/ № 2 vərəqində digər qrafalar doldurulmur.

3. Qoparılan vərəq № 1

Qrafalar 1-15 BYD kitabçasının sahibi tərəfindən doldurulur, bu qrafalarda göstərilən məlumatlar qoparılmayan № 1/ №-2 vərəqdə bəyan edilmiş məlumatlara uyğun olmalıdır. BYD kitabçasının sahibi BYD daşınmasında istifadə ediləcək bütün qoparılan vərəqləri doldurulur.

16 - 23-cü qrafalar və qoparılan № 1 vərəqin (ağ rəngli) kötüyü tranzit və təyinat dövlətlərinin göndərən və ya giriş gömrük orqanı tərəfindən doldurulur.

Qrafa 16. «Qoyulmuş plomblar və ya tanınma nişanları (sayı, təsviri)»

Hər bir yük yeri və ya konteyner üzrə qoyulmuş gömrük təminatlarına dair məlumat göstərilir.

Qrafa 17. «Göndərən gömrük orqanı, tarix, göndərən gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin imzası, şəxsi nömrəli möhürü»

Gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin imzası və şəxsi nömrəli möhürü, BYD kitabçasının qoparılan vərəqinin doldurulma tarixi.

Qeyd:

Göndərən gömrük orqanı tərəfindən BYD kitabçasının bütün qoparılan vərəqlərinin 16-cı və 17-ci qrafaları doldurulur.

Qrafa 18. «Yükün gömrük rəsmiləşdirilməsi üçün qəbul edilməsinin təsdiqi» (göndərən (aralıq) gömrük orqanı)

Göndərən gömrük orqanının və ya gətirilən zaman aralıq gömrük orqanının adı göstərilir.

Qrafa 19. «Zədələnməmiş hesab edilən vurulmuş möhürlər, qoyulmuş plomblar və ya tanınma nişanları»

Bu qrafadakı kvadratın üstündən xətt çəkilir. Qoparılan vərəq göndərən gömrük orqanı tərəfindən rəsmiləşdirilərkən 19 nömrəli qrafa doldurulmur.

Qrafa 20. «Tranzit daşınmasının müddəti»

Tranzit zamanı malların çıxış gömrük orqanına və ya təyinat ölkəsində təyinat gömrük orqanına

çatdırılma müddəti göstərilir.

Qrafa 21. « ___ nömrəsi altında gömrük orqanı tərəfindən qeydiyyatı alınmışdır».

Gömrük orqanının adı və BYD kitabçası istifadə edilməklə daşınmanın 7 sayılı əlavədə göstərilən jurnalda qeydiyyatı alındığı nömrə göstərilir.

Qrafa 22. «Sair məlumatlar». (Malların çatdırılma yeri, malların təqdim edilməli olduğu gömrük orqanı)

Malların çatdırılmalı olduğu gömrük orqanının adı göstərilir. Zəruri olduqda hərəkət marşrutu göstərilir.

Qrafa 23. «Gömrük orqanını vəzifəli şəxsinin imzası və möhürü»

Tarix, gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin imzası və şəxsi nömrəli möhürü qoyulu

4. 1 №-li kötük.

1 №-li kötük göndərən gömrük orqanı tərəfindən doldurulur.

Qrafa 1. «Gəlib-çatma gömrük orqanı tərəfindən təsdiq edilmişdir»

Göndərən gömrük orqanının adı göstərilir.

Qrafa 2. «... nömrəli»

21-ci qrafadakı məlumatlar buraya köçürülür.

Qrafa 3. «qoyulmuş plomblar və ya tanınma nişanları»

Gömrük təminatlarına dair qeydlər daxil edilir.

Qrafa 4. «Eyniləşdirmə vasitələri zədələnməmişdir»

Gömrük təminatlarının pozulmadığına dair kvadratda işarə qoyulur.

Qrafa 5. «Sair məlumatlar» müəyyən olunmuş marşrut, yükün təqdim ediləcəyi gömrük orqanı və s.

Malların çatdırılmalı olduğu gömrük orqanının adı göstərilir. Zərurət olduqda hərəkət marşrutu təyin edilir.

Qrafa 6. «Gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin imzası və şəxsi möhürü»

Göndərən gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin imzası və şəxsi möhürü, tarix qoyulur.

5. Qoparılan vərəq № 2

Qrafalar 1-15 BYD kitabçasının sahibi tərəfindən, qrafalar 16-23 göndərən gömrük orqanı tərəfindən, qrafalar 24-28 çıxış və ya təyinat gömrük orqanı tərəfindən doldurulur.

Qrafa 24. «Malların təqdiminə dair qeyd»

Çıxış və ya təyinat gömrük orqanının adı, qeydiyyat jurnalında BYD kitabçası istifadə edilməklə daşınmanın qeydiyyatı alındığı qeydiyyat nömrəsi göstərilir. (8-ci əlavəyə uyğun olaraq)

Qrafa 25. «Eyniləşdirmə vasitələri pozulmamışdır»

Gömrük təminatlarının pozulmadığına dair kvadratda işarə qoyulur.

Qrafa 26. «Rəsmiləşdirilmiş yük yerlərinin sayı»

Yük yerlərinin və gömrük orqanının nəzarəti altında boşaldılmış malların miqdarı göstərilir.

Boşaldılma olmamışsa, qrafa doldurulmur.

Qrafa 27. «Rəsmiləşdirmə zamanı qeyd-şərtlər»

Malların daşınmasında aşkar edilmiş qayda pozuntuları haqqında məlumat Qaydaların 3.7 bəndinə uyğun olaraq daxil edilir.

Qrafa 28. «Gömrük orqanlarının vəzifəli şəxslərinin imzası və möhürü»

Gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin möhürü, imzası, tarix qoyulur.

6. 2 №-li kötük

2 №-li kötük təyinat gömrük orqanı tərəfindən doldurulur.

Qrafa 1. «Gəlib-çatma gömrük orqanı tərəfindənt təsdiq edilmişdir»

Çıxış və ya təyinat gömrük orqanının adı, BYD kitabçasının qeydiyyat jurnalındakı qeydiyyat nömrəsi göstərilir.

Qrafa 2. «Qoyulmuş möhürlər və plomblar və ya tanınma nişanları zədələnməmiş hesab edilmişdir»

Gömrük təminatlarının pozulmadığına dair kvadratda işarə qoyulur.

Qrafa 3. «Yük yerlərinin və malların gömrük rəsmiləşdirilməsi aparılmışdır»

Yük yerlərinin və gömrük orqanının nəzarəti altında boşaldılmış malların miqdarı göstərilir.

Boşaldılma olmamışsa, qrafa doldurulmur.

Qrafa 4. «Qoyulmuş yeni möhür və plomblar»

Gömrük təminatlarına dair qeydlər daxil edilir. Yeni gömrük təminatları qoyulmamışsa, qrafa doldurulmur.

Qrafa 5. «Rəsmiləşdirmə zamanı qeyd-şərtlər»

BYD kitabçası rəsmiləşdirilərkən gömrük orqanı tərəfindən edilmiş qeyd-şərtlər göstərilir (qoparılan №-2 vərəqin 27-ci qrafası).

Qeyd:

Gömrük orqanları edilmiş qeyd-şərtlərin məğzini Zəmanət Birliyinə göndərilən məktubda aydın şərh etməli və qrafa 5-və «R» işarəsi qoymalıdırlar.

Qrafa 6. «Gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin möhürü, imzası»

Gömrük orqanının vəzifəli şəxsinin nömrəli möhürü, imzası və tarix qoyulur.

7.Yol-nəqliyyat hadisələrinə dair protokol

Qrafalar 1, 2, 3 və 5 BYD kitabçasının qoparılan vərəqlərində doldurulduğu kimi doldurulur.

Qrafa 4. «Yol-nəqliyyat vasitəsinin qeydiyyat nömrəsi , konteynerin eyniləşdirmə nömrəsi, konteynerin tanınma nişanı»

YNH-nə uğramış nəqliyyat vasitələrinin və konteynerlərin nömrələrinə dair məlumatlar göstərilir.

Qrafa 6. «Gömrük plombları zədələnməmişdir/ zədələnməmişdir»

Müvafiq kvadrata işarə qoyulur.

Qrafa 7. «Yük şöbəsi (şöbələri) zədələnməmişdir/ zədələnməmişdir»

Qrafa 8. «İradlar»

Malların və nəqliyyat vasitəsinin, yük bölmələrinin və ya konteynerlərin vəziyyəti barədə ümumi məlumatlar göstərilir.

Qrafa 9. «Yüklərin itməsi müəyyən edilmişdir (edilməmişdir)»

Müvafiq kvadrata işarə qoyulur.

Qrafa 10. «Yük bölməsi və ya konteyner,markalanma və ya yük yerlərinin nömrələri»

Markalanma zərurət oluqda isə YNH-nə uğramış yük bölməsinin sıra nömrəsi və ya konteynerin qeydiyyat nömrəsi göstərilir.

Qrafa 11. «Yük yerlərinin sayı və görünüşü, malların təsviri»

Olmayan və ya məhv edilmiş malların, pozulma obyektləri olan mallara dair məlumatlar göstərilir.

Qrafa 12. «Y və ya M» (yoxdur və məhv edilmişdir) («Y və ya M»)

Hər bir olmayan və ya məhv edilmiş mal növünün qarşısında «Y» və ya «M» hərfi göstərilir.

Qrafa 13. «İradlar»

Hər bir olmayan, yaxud məhv edilmiş mal növünün qarşısında miqdarı göstərilir.

Qrafa 14. «Tarix və yer»

YNH-nin tarixi və yeri göstərilir.

Qrafa 15. «Görülən tədbirlər»

Malların daşınmasının davam etməsi üçün görülmüş tədbirlərə dəlalət edən kvadrata müvafiq işarəqoyulur.

Qrafa 16. Mallar digər nəqliyyat vasitəsinə boşaldılıb-yükləndikdə doldurulur.

Bu cür nəqliyyat vasitələrinə və yeni gömrük təminatlarına dair bütün məlumatlar göstərilir.

Qrafa 17. «Protokolu tərtib etmiş səlahiyyətli orqan»

YNH-nə dair protokolu tərtib etmiş dövlət orqanının (gömrük orqanından başqa) adı göstərilir.

Qrafa 18. «Növbəti gömrük orqanını qeydi»

Fəaliyyət zonasında YNH-si baş vermiş gömrük orqanı tərəfindən yol-nəqliyyat hadisəsi faktının təsdiqi üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Qeyd:

Əgər bilavasitə gömrük orqanı tərəfindən tərtib olunarsa, 17-ci qrafanın doldurulması vacib deyil.

Yol-nəqliyyat hadisəsi faktının gömrük orqanı tərəfindən təsdiqi olmadıqda protokol etibarsız sayılır.

Protokol BYD kitabçasında qalır.

GÖMRÜK SƏRHƏDİNDƏN MALLARIN KEÇİRİLMƏ ÜSULLARININ TƏSNİFATI

1. Gömrük rejimləri.

Sıra №	Gömrük rejiminin adı	Kodu
1.	İxrac	10
2.	Təkrar ixrac	11
3.	Müvəqqəti idxal (ixrac)	31
4.	Sərbəst dövriyyə üçün buraxılış	40
5.	Təkrar idxal	41
6.	Gömrük ərazisində emal	51
7.	Gömrük nəzarəti altında emal	52
8.	Gömrük ərazisindən kənarında emal	61
9.	Sərbəst gömrük zonası	71
10.	Rüsumsuz ticarət mağazası	72
11.	Sərbəst anbar	73
12.	Gömrük anbarı	74
13.	Dövlət xeyrinə imtina	75
14.	Məhv etmə	76
15.	Tranzit	80

2. Malların keçirilmə xüsusiyyətləri.

Sıra №	Göndərilən malların keçirilmə xüsusiyyətlərinin adı.	Kodu
1.	Dövlət, hökumət, beynəlxalq təşkilatların xəttilə təmənnəsiz kömək və xeyriyyəçilik məqsədilə malların keçirilməsi.	01
2.	Humanitar kömək məqsədilə malların keçirilməsi.	03
4.	Hədiyyə verilən malların keçirilməsi.	04
5.	Təbii fəlakət, qəza və faciəli hadisələrin nəticəsini aradan qaldırmaq üçün malların keçirilməsi.	05
6.	Azərbaycanın ehtiyacları üçün malların keçirilməsi.	06
7.	Beynəlxalq daşınma həyata keçirilən nəqliyyat vasitələrinin normal istismarı üçün material-texniki təhcizat, vasitə və ləvazimatların, yanacaq, ərzaq və başqa əmlakların keçirilməsi.	07

Sıra №	Göndərilən malların keçirilmə xüsusiyyətlərinin adı.	Kodu
8.	MDB iştirakçıları ölkələrinin gömrük əraziləri hüdudlarından kənarında, dəniz mədənlərində iş görən şəxslər tərəfindən (kirayəyə) götürülmüş və milli gəmilərin fəaliyyətini təmin etmək üçün material-texniki təchizat vasitələri və ləvazimatın, ərzaq və digər əmlakın aparılması.	08
9.	Bu şəxslər tərəfindən (kirayəyə) götürülmüş və milli gəmilərdə olan dəniz mədənləri məhsullarının idxalı.	09
10.	Bu şəxslər tərəfindən icarəyə (kirayəyə) götürülmüş və milli gəmilərin bunkerləşdirilməsi üçün yanacaq və sürtgü ixracı.	10
11.	Komplekt obyektlər üçün avadanlıq xammal və materialların keçirilməsi.	11
12.	Diplomatik və onlar səviyyəli xarici dövlətlərin nümayəndəlikləri üçün malların idxalı.	12
13.	Xarici sərmayəli müəssisələr və xarici müəssisələrin nizamnamə fonduna əmanət ödənişi şəklində malların idxalı.	13
14.	Sərmayələr şəklində malların ixracı.	14
15.	Qiymətli kağızlar, milli valyutların (numizmatik məqsədlər üçün istifadə olunanlardan başqa), qiymətli kağızlar keçirilməsi.	15
16.	Xarici valyutaların (numizmatik məqsədlər üçün istifadə olunanlardan başqa), qiymətli kağızların keçirilməsi.	16
17.	Təminatlı xidmətlər üzrə malların keçirilməsi.	17
18.	Səhv göndərişlər.	18
19.	Nümayəndəliklər məqsədi üçün malların keçirilməsi	19
20.	Sərgi eksponatları.	21
21.	Reklam materialları və suvenirilər.	21
22.	Bir il müddətində icarə müqaviləsinə uyğun olaraq malların keçirilməsi.	22
23.	Bir ildən artıq müddətə icarə müqaviləsinə uyğun malların keçirilməsi.	23
24.	Konsiqnasiya sazişləri üçün keçirilən mallar.	24
25.	İdman və əyləncə tədbirləri üçün malların keçirilməsi.	25
26.	Xarici sərmayəli müəssisələrin öz istehsalı olan materillərin keçirilməsi.	26
27.	Çoxdövriyyəli taraların keçirilməsi.	27
28.	Fiziki şəxslər tərəfindən istehsal ya da digər kommersiya fəaliyyəti üçün nəzərdə tutulmamış müəyyən olunmuş dəyər və kvotadan artıq malların keçirilməsi.	28
29.	Milli və şəxslər tərəfindən icarə olunmuş hava gəmiləri üçün yanacaq və sürtgü materiallarının ixracı.	29
30.	Nümunələr kimi malların keçirilməsi.	30
31.	Xaricdə olan təşkilatların fəaliyyətinə təminat üçün malların ixracı.	31
32.	Sərmayəçilik fəaliyyətinin dividendləri hesabına malların keçirilməsi.	32
33.	Girov hesabına malların ixracı.	33

**GÖNDƏRİŞ ŞƏRTLƏRİNİN
TƏSNİFATI**

Kod		Göndəriş şərtlərinin adları	Qısaldılmış adı
rəqəmli	hərfi		
1.	EXW	Zavoddan	EXV
2.	FCA	Franko daşıyıcı	FSA
3	FAC	Gəmi boyunca sərbəst	FAS
4	FOB	Gəmi içərisində sərbəst	FOB
5	CFR	Dəyör, sığortalaşdırma və icarə	SİF
7	CPT	Daşınma qədər ödənilmişdir	SPT
8	CIP	Daşınma və sığortalaşdırma.....qədər ödənilmişdir	SİP
9	DAF	Sərhədə qədər göndəriş	DAF
10	DES	Gəmidən göndəriş	DES
11	DEQ	Gəmilərin yan aldığı körpüdə göndəriş	DEK
12	DDU	Rüsumların ödənilməmiş göndəriş	DDU
13	DDP	Rüsumları ödənilmiş göndəriş	DDP

SÖVDƏLƏŞMƏ XARAKTERİNİN TƏSNİFATI

Kodu	Adı
01	Milli valyuta ilə hesablaşmaqla malların keçirilməsi Sərbəst dönərli valyuta (SDV) ilə hesablaşmalar
21	SDV hesablaşmaları (dövlət krediti və dövlət kreditinin ödənişindən başqa) üzrə malların keçirilməsi.
23	Dövlət kreditini üzrə malların keçirilməsi
26	Dövlət kreditinin ödənilməsi hesabına malların keçirilməsi.
	Klirinq üzrə hesablaşmalar
31	Klirinq valyutası hesablaşmaları ilə malların keçirilməsi (dövlət krediti və dövlət kreditinin ödənilməsindən başqa)
33	Dövlət krediti üzrə malların keçirilməsi.
36	Dövlət kreditinin ödənişi hesabına malların keçirilməsi
	Qapalı valyuta üzrə hesablaşmalar.
41.	Qapalı valyuta hesablaşmaları əsasında malların keçirilməsi (dövlət kreditindən başqa)
43	Dövlət krediti üzrə malların keçirilməsi
	Digər kommersiya əməliyyatları üzrə malların keçirilməsi
51	Görülmüş mal mübadiləsi qaydası (barter sövdələşmələri) ilə malların keçirilməsi.
52	Görülmüş iş və xidmətlərin hesabına malların keçirilməsi
54	Digər ölkələrin ərazisindən qazın tranzit keçirilməsi.
	Müəssisə və obyektlərin tikintisi haqqında saziş-öhdəlik hesabına malların keçirilməsi
71	Klirinq valyutası hesabı ilə kompensasiya öhdəliyi hesabına malların keçirilməsi.
72	MDB ölkələri öhdəliyi hesabına malların keçirilməsi.
75	MDB öhdəliyi hesabına müəssisələr tikintisi üçün malların keçirilməsi
78	Kompensasiyalı öhdəliklər hesabına SDV ilə hesablaşmalar əsasında malların keçirilməsi
80	Digərləri.

**NƏQLİYAT NÖVLƏRİNİN
TƏSNİFƏTİ**

Kodu	Nəqliyyat növlərinin adı
10	Dəniz nəqliyyatı
12	Dəniz gəmisində (bərədə) dəmiryolu vaqonları
16	Dəniz gəmisində (Ro-Ro tipli gəmi) özü hərəkət edən yol vasitələri
20	Dəmiryol nəqliyyatı
30	Avtoyol nəqliyyatı
40	Hava nəqliyyatı
50	Poçt
70	Stasionar nəqliyyat vasitələri (boru kəməri, elektrikötürücü xətləri)
80	Daxili su nəqliyyatı
90	Özünü hərəkət edən vasitələr

GÖMRÜK MÜƏSSİSƏLƏRİNİN TƏSNİFƏTİ

Gömrük müəssisəsinin kodu	Gömrük müəssisəsinin adı
00100	BAKI BAŞ GÖMRÜK İDARƏSİ
00101	Bərə postu
00102	Biləcəri postu
00103	Güzdək postu
00104	Xırdalan postu
00105	Keşlə postu
00106	Qaradağ postu
00107	Hövsan postu
00108	Xocahəsən postu
00109	Xətai postu
00110	Sahil postu
00200	TOVUZ gömrükxanası
00201	Candargöl postu
00202	Girzan postu
00203	Poylu postu
00204	Sınıq Körpü postu
00205	Sadıxlı postu
00206	Böyük Kəsik postu
00300	YEVLAX gömrükxanası
00301	Şəki postu
00302	Mingəçevir postu
00400	Astara postu
00402	Masallı postu
00500	BALAKƏN postu
00501	Muğanlı postu
00502	Mazımçay postu
00600	ƏLİBAYRAMLI gömrükxanası
00601	İmişli postu
00602	Kürdəmir postu
00700	SUMQAYIT postu
00800	BİNƏ GÖMRÜK İDARƏSİ
00900	GƏNCƏ gömrükxanası
00902	Gəncə hava limanı postu
01000	Culfa gömrükxanası
01001	Nehrəm postu
01100	SƏDƏRƏK gömrükxanası
01101	Şahtaxtı postu
01200	BİLƏSUVAR gömrükxanası
01201	Biləsuvar postu
01300	XUDƏFƏRİN gömrükxanası
01400	XAÇMAS gömrükxanası
01401	Xanoba postu
01402	Samur postu
01403	Yalama postu
01404	Zuxul postu

GÖMRÜK ÖDƏNİŞLƏRİNİN TƏSNİFATI

s/Nº	Ödəniş növünün adı	Kodu
1 . Gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə gömrük yığımları		
10	Malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə əlavə gömrük yığımları.	10
11	Malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə əlavə gömrük yığımları	11
12.	Malların gömrük rəsmiləşdirilməsi bu iş üçün müəyyən edilmiş yerlərdə və gömrük orqanlarının iş vaxtından kənar vaxtlarda aparılmasına görə gömrük yığımları;	12
13.	Malların gömrük rəsmiləşdirilməsi bu iş üçün müəyyən edilmiş yerlərdə və gömrük orqanlarının iş vaxtından kənar vaxtlarda aparılmasına görə gömrük yığımları;	13
14.	Malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə digər Gömrük İttifaqı iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçiriləcək gömrük yığımları.	14
15.	Malların gömrük rəsmiləşdirilməsinə görə digər Gömrük İttifaqı iştirakçı-dövlətlərinin büdcəsinə keçiriləcək əlavə gömrük yığımları.	15
2. Gömrük rüsumları		
20.	İdxal gömrük rüsumu.	20
22.	Digər Gömrük İttifaqı iştirakçı-dövlətlərinin büdcəsinə keçiriləcək idxal gömrük rüsumları.	22
25.	İxrac gömrük rüsumları.	25
27	Digər Gömrük İttifaqı-iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçirilməli olan ixrac rüsumları.	27
3. Gömrük orqanları tərəfindən alınan dolayısı vergilər		
30	Aksiz	30
32	Əlavə dəyər vergisi	32
35	Xüsusi vergilər	35
37	Digər Gömrük İttifaqı-iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçirilməli olan-aksizlər	37
38	Digər Gömrük İttifaqı-iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçirilməli olan-əlavə dəfər vergisi	38
39	Digər Gömrük İttifaqı-iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçirilməli olan-xüsusi vergilər	39

s/Nº	Ödəniş növünün adı	Kodu
4. Fiziki şəxslərdən alınan ödənişlər.		
40	Gömrük ödənişlərinin vahid dərəcəsi.	40
41	Digər Gömrük İttifaqı-iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçiriləcək vahid gömrük ödənişləri dərəcəsi.	41
44	Yığılmış gömrük ödənişləri.	44
45	Digər Gömrük İttifaqı-iştirakçı dövlətlərinin büdcəsinə keçiriləcək yığılmış gömrük ödənişi.	45
5. Digər yığımlar və haqlar		
50	Malların saxlanılmasına görə gömrük yığımları.	50
51	Malların gömrük müşayiətlərinə görə gömrük yığımları.	51
52	Gömrük rəsmiləşdirilməsi üzrə mütəxəssisə peşə attestatının və lisenziyanın verilməsinə görə yığımlar.	52
53	Gömrük rəsmiləşdirilməsi üzrə mütəxəssisə verilmiş peşə attestatı və lisenziyanın fəaliyyət müddətinin bərpa olunmasına görə yığımlar.	53
54	Bankın və digər kredit müəssisəsinin banklar reyestrinə daxil olmasına görə yığımlar.	54
55	İlkin qərarın qəbuluna görə haqq.	55
56	Gömrük auksionlarında iştirakına görə haqq.	56
57	Məlumatlandırma və məsləhətləşməyə görə haqq.	57
6. Vəsait və cərimələr.		
60	Müsadirə olunmuşların realizə olunmasından olan vəsaitlər.	60
65	Girovun reallaşdırılmasından olan vəsaitlər.	65
67	Cərimələr və malların dəyərindən tutulan vəsaitlər.	67
7. Digər gömrük ödənişləri		
91	Gömrük ödənişlərinə möhlət verilməsinə görə faizlər;	91
93	Gömrük ödənişlərinin möhlət müddətinin uzadılmasına görə faizlər.	93
95	Dəbbələr. (Dəbbə pulları)	95
97	Gömrük orqanlarına alınması həvalə olunmuş digər ödəniş növləri	97
98	Gömrük ödənişlərinin ödənilməsinə təmin edən məbləğ.	98



MODUL VIII

MODUL VIII. DAŞINMA VƏ LOGİSTİKA

Daşınma

Daşınma – malların mənbədən təyinat nöqtəsinə qədər fiziki hərəkəti deməkdir.

- ✓ Daşınma coğrafi cəhətdən müxtəlif ərazilərdə yerləşən tərəflərin imkanlarını əlaqələndirir
- ✓ Daşınma təchizat zəncirində vaxtın və ərazilərin əlverişliliyini düzgün müəyyən etməyə kömək edir
- ✓ Daşınma həmçinin şirkətin maliyyə nəticələrinə güclü təsirə malikdir

Logistika

Logistika – malların, xidmətlərin və müvafiq məlumatların hərəkətinin və saxlanması müştərilərin tələblərinə uyğunlaşdırılması məqsədi ilə istehsal nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər çatdırılmasının planlaşdırılması, yerinə yetirilməsi və effektiv idarə olunması prosesidir.

Council of Logistics Management, <http://cscmp.org>

Logistikada əsas axınlar aşağıdakılardır:

- ✓ Materialların axını
- ✓ Məlumatların axını
- ✓ Maliyyə axını
- ✓ Xidmətlərin axını

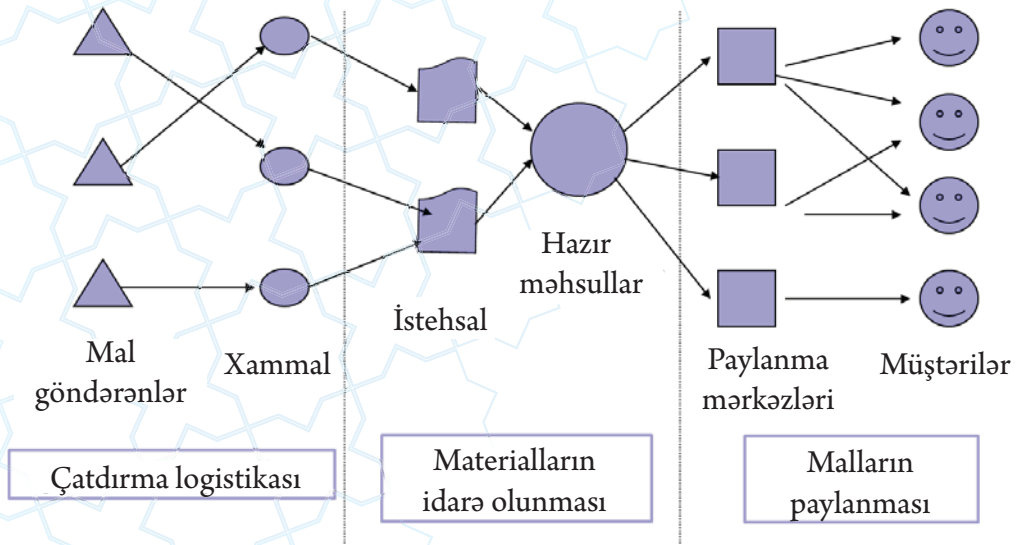
Logistikanın növləri

Çatdırma logistikası: İxracatçıdan alınan malların çatdırılmasını əhatə edir

Materialların idarə olunması: şirkət daxilində malların və onun komponentlərinin daşınmasıdır

Malların paylanması: malların istehsal sahəsindən istehlakçıya çatdırılmasıdır

Malların göndərilməsinin idarə olunması: geniş mənədadır, materialların daşınmasını və iştirakçılar arasında əlaqələrin istehsal sahəsindən istehlakçıya qədər hərəkətini əhatə edir.



Logistikanın tətbiq olunduğu əsas sahələr aşağıdakılardır:

- ✓ Təchizat (alış) logistikası
- ✓ İstehsal logistikası
- ✓ Paylama (yayım) logistikası
- ✓ Nəqliyyat logistikası
- ✓ Ehtiyatların logistikası
- ✓ Anbar logistikası
- ✓ Xidmət logistikası
- ✓ Məlumat logistikası

Logistikanın əsas prinsipləri:

- ✓ Sisitemli yanaşma
- ✓ Ümumi xərclər
- ✓ Qlobal optimallaşdırma
- ✓ Əlaqələndirmə və inteqrasiya
- ✓ Xərclərin bölüşdürülməsi və kompromis
- ✓ Logistika xidmətlərinin inkişafı
- ✓ Modelləşdirmə və məlumat-kompüter dəstəyi
- ✓ Müvafiq sub-sistemlərin hazırlanması
- ✓ Keyfiyyətin idarə olunması - TQM (Total Quality Management)
- ✓ Davamlılıq və uyğunlaşdırma

Nəqliyyat logistikasının əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- ✓ Nəqliyyat sistemlərinin, eləcə də nəqliyyat dəhlizlərinin və nəqliyyat zəncirinin yaradılması
- ✓ Nəqliyyat-anbar prosesinin texnoloji vəhdətini təmin etmək
- ✓ Nəqliyyat vasitəsinin növünün seçilməsi
- ✓ Daşınmanın optimal marşrutunun müəyyənəndirilməsi
- ✓ Daşınma prosesinin vahid planlaşdırılmasının, daşınmada iştirak edən tərəflərin texniki təchizatının və iqtisadi maraqlarının təmin olunması

Logistikada əsas iştirakçılar

Malgöndərən	(Shipper/Consignor)
Mal alan	(Consignee)
Hökumət	(Government)
Daşıyıcı	(Carrier)
İctimai	(Public)

Daşıyıcı

- ✓ Nəqliyyat xidmətləri göstərir
- ✓ Yüklərin daşınmasını təmin edir
- ✓ Əsasən nəqliyyat vasitələrinin sahibi və ya onları idarə edən olur

3PL

Logistikada çox istifadə olunan terminlərdən biri də 3PL-dir. 3-cü tərəfin logistikası (*Third Party Logistic*) – sadəcə öz məhsul və materiallarının tamamının və ya bir hissəsinin daşınmasının və ya idarə olunmasının alıcı və satıcıdan başqa 3-cü tərəfə həvalə edilməsidir.

Üstünlükləri:

- ✓ Xərclərin azaldılması
- ✓ Səylərin əsas iş üzərində cəmləşməsi
- ✓ Effektivlik, xidmətlərin olması və çeviklik
- ✓ Sahələr üzrə ixtisaslaşma

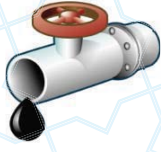
Çatışmazlıqları:

- ✓ Nəzarətin itirilməsi
- ✓ Şirkətdaxili işçi qüvvəsinə təsiri

ƏSAS NƏQLİYYAT / DAŞINMA ÜSULLARI

Boru Kəmərləri	(Pipelines)
Dəmiryolu	(Rail)
Avtomobil	(Truck)
Su yolu	(Water)
Hava yolu	(Air)





Kəmərlər

- ✓ Maye və qaz şəklində olan məhsulların daşınması üçün istifadə edilir
- ✓ İlkən kapital xərcləri yüksəkdir, amma etibarlıdır
- ✓ Orta sürət aşağıdır, amma davamlı olduğuna görə məqbuldur
- ✓ Kəmərlərin əksəriyyəti şirkətlərə məxsusdur



Dəmiryolu

- ✓ Ağır yüklərin daşınması üçün əlverişlidir
- ✓ Avtomobil ilə daşınmadan daha ucuz və əlverişlidir
- ✓ Sabit xərcləri yüksək, dəyişən xərclər isə azdır



Avtomobil

- ✓ İstənilən yerə getmək imkanı yüksəkdir
- ✓ Daşıma imkanları dəmiryoluna nisbətən daha azdır
- ✓ İlkən xərcləri çox yüksək deyil, lakin əməliyyat xərcləri yüksəkdir



Su yolu

- ✓ Ağır yüklərin daşınması üçün əlverişlidir
- ✓ Aşağı qiymətli məhsulların uzaq məsafələrə daşınması üçün əlverişlidir
- ✓ Daşıma imkanları çox yüksəkdir
- ✓ Əməliyyat xərcləri dəmiryolu və avtomobildən daha ucuzdur.



Hava yolu

- ✓ Sürətlidir
- ✓ Bahadır
- ✓ Etibarlıdır

NƏQLİYYAT SƏNƏDLƏRİ

Əlavə 8-1
Nəqliyyat qaiməsinin nümunəsi

Nəqliyyat qaiməsi (Waybill) –Bu sənəddə malların təsviri, malgöndərən və mal alanın məlumatları, malların göndərilmə və təyinat məntəqələri, malların daşınma şərtləri və digər məlumatlar öz əksini tapır. Nəqliyyat qaiməsi ən vacib nəqliyyat sənədi hesab edilir. Adətən bu sənədin 3 əsli tərtib olunur və malın ölkədən çıxarılması üçün onun əsli tələb olunur.

Əlavə 8-2
Konosament nümunəsi

Konosament (Bill of Lading) - Malları daşıyanın malgöndərənə verdiyi yükün qəbul edilməsi haqqında və mal alana təhvil vermək öhdəliyini əks etdirən sənəddir. Konosamentin xüsusiyyətlərindən aşağıdakıları qeyd etmək olar:

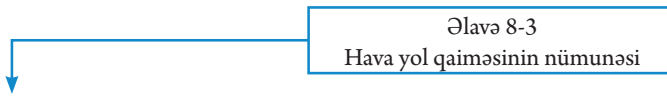
- ✓ Hüquqi sənəddir, həm mal göndərəninin, həm də daşıyıcının öhdəliklərini müəyyənləşdirir
- ✓ Malları aldıqdan sonra daşıyıcı konosamenti imzalayır və malgöndərənə verir, bu sənəd malların daşınma üçün qəbul edildiyini bildirir
- ✓ Müxtəlif növləri

Konosamentin müxtəlif növləri və formaları vardır ki, bunlardan da bəzilərinin xüsusiyyətləri aşağıda əks olunmuşdur:

- **Şərtli konosament (Claused Bill of Lading)** – bu sənəddə malların zədələnməsi və qablaşdırılması haqqında məlumat olur
- **Dövlət konosamenti (Government Bill of Lading)** – dövlət orqanlarının yüklərinin daşınması zamanı verilir
- **Ötürülən konosament (Negotiable Bill of Lading)** – bu konosament mal alanın tələbi ilə hazırlanır və adlı və təqdim edənə olmaqla üçüncü tərəflərə ötürülə bilər

Daşınma üçün hesab (Freight Bill)

- Əsas sənədlərdən biridir
- Malların daşınması üçün hesabdır, daşıyıcı tərəfindən ödənişin edilməsi üçün təqdim olunur.
- Daşınma ilə bağlı bütün xərclər, şərtlər və tələblər adətən burada əks olunur

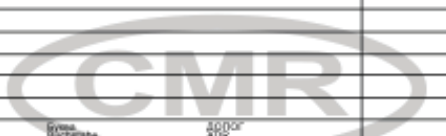


Hava yol qaiməsi adından da göründüyü kimi malların hava yolu ilə daşınması zamanı avia şirkətlər tərəfindən istifadə olunur. Bu sənəd mallara mülkiyyət hüququ vermədiyi üçün malların göndərilməsi zamanı nəqliyyat sənədi ilə birlikdə tərtib olunur.



Dəmiryol qaiməsi malların dəmiryolu vasitəsi ilə göndərilməsi zamanı istifadə olunur. Bu sənəddə mal göndərən və idxalçının adı, malların təsviri və digər məlumatlar öz əksini tapır. Beynəlxalq ticarətdə malların göndərilmə vasitələrindən asılı olaraq poçt qəbzi və s kimi sənədlərdən də istifadə olunur.

Nəqliyyat qaiməsinin nümunəsi

1 Отправитель (наименование, адрес, страна) Abgeber (Name, Anschrift, Land)		Международная товарно-транспортная накладная Internationaler Frachtbrief Данная перевозка, несмотря на то, что она оформлена договором, осуществляется в соответствии с условиями Конвенции о договоре международной дорожной перевозки груза (КДПГ)		CMR Diese Beförderung unterliegt trotz einer gegenseitigen Abmachung den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungvertrag im internationalen Straßentransport (CMR)		
2 Получатель (наименование, адрес, страна) Name, Anschrift, Land)		16 Перевозчик (наименование, адрес, страна) Erbehr (Name, Anschrift, Land)				
3 Место отгрузки груза Abfahrtsort des Gutes Место / Ort Страна/Land		17 Последующий перевозчик (наименование, адрес, страна) Nachfolgende Frachtbrief (Name, Anschrift, Land)				
4 Место и дата получения груза Ort und Tag der Benahme des Gutes Место / Ort Страна/Land		18 Отосред и замещения перевозчика Substituente und Vertretungen des Frachtbrief (Name)				
5 Прилагаемые документы Beleg- und Dokumente						
6 Знаки и номера Kennzeichen und Nummern	7 Количество мест Anzahl der Packstücke	8 Вид упаковки Art der Verpackung	9 Наименование груза Bezeichnung des Gutes	10 Статус № Statistik-Nr.	11 Вес брутто, кг Bruttogewicht, kg	12 Объем, м ³ Umfang in m ³
						
13 Условия отправления (таможенные и прочие обработки) Anweisungen des Absenders (Zoll- und sonstige amtliche Befehrbung)		19 Порядок оплаты: Zahlungsbedingungen: Отправитель / Abgeber Валюта / Währung Получатель / Empfänger				
Класс / Klasse Цвета / Farben Форма / Form Марка / Marke Дробь / Bruch						
14. Вспомогательная информация (по желанию отправителя) / Zusätzliche Informationen (falls gewünscht)						
15. Условия оплаты / Zahlungsbedingungen						
20. Особые соглашения / Sondervereinbarungen						
21 Составлена в / Ausgegeben in Дата / Datum в / am 28		22 Прибытие под разгрузку / Ankunft T / Entladung час / Uhr мин. / Min. Убытие / Abfahrt час / Uhr мин. / Min.		23 Путевой лист № / Fahrtenchein-Nr. от / ab 30		
24 Груз получен / Gut empfangen Дата / Datum 30		Прибытие под разгрузку / Ankunft T / Entladung час / Uhr мин. / Min. Убытие / Abfahrt час / Uhr мин. / Min.		Подпись и штамп получателя / Unterschrift und Stempel des Empfängers		
25 Регистрационный номер / Reg.-Nr. Колонисты / Kolonisten Подписи / Unterschriften		26 Тара / Tara Марка / Marke Тип / Typ Подписи / Unterschriften		27 Тариф / Tarif Тарифное расстояние / Tarifliche Entfernung % за километр / % pro Kilometer Подпись / Unterschrift Прочие / Sonstige Сумма / Summe		
28 Тариф / Tarif Тарифное расстояние / Tarifliche Entfernung Сумма / Summe Тариф за 1 т / Tarif für 1 t Надбавки / Zuschläge Сборы / Gebühren Прочие / Sonstige Е-оплата / E-Zahlung Отчисления / Abgaben Отлично / Ausgezeichnet Е-оплата / E-Zahlung						
29 Тариф / Tarif Валюта / Währung Код валюты / Währungscode						

Konosament nümunəsi (Blank – Üz səhifə)

Container No./Seal No.		Particulars declared by the shipper, not checked by the carrier																						
		Number and kind of packages; Description of goods; Marks and Numbers	Weight Kilos																					
			Measurement C.M.																					
Total Number of Containers (In words)																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Movement</th> <th>Prepaid</th> <th>Collect</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Origin land haulage</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Origin port service</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ocean freight</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ad Valorem charges</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Destination port service</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Destination land haulage</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Movement	Prepaid	Collect	Origin land haulage			Origin port service			Ocean freight			Ad Valorem charges			Destination port service			Destination land haulage			<p>Received for shipment in external apparent good order and condition, (unless otherwise stated herein) as far as ascertained by reasonable means of checking, the containers listed in the Carrier's Receipt above, said by the Shipper to contain the goods described in the Shipper's Particulars above, for transportation as set out herein. The weight, measures, marks, numbers, quantity, condition, contents, and value of the goods are unknown to the Carrier.</p> <p>In accepting this Bill of Lading the Merchant (as defined on the reverse side hereof) accepts and agrees to all its terms on both sides whether written, printed, stamped or otherwise incorporated as fully as if they were all signed by the Merchant.</p> <p>CONTAINER AND VEHICLE DEMURRAGE: Attention to the Terms and Conditions for the Container and Vehicle Demurrage which apply to this contract and which may be obtained from the Carrier or Line or their Agents. The Carrier has the right to carry containers on deck as per clause 5.</p> <p>One of the Bills of Lading must be surrendered in exchange for the goods or delivery of order.</p> <p>In witness whereof the original Bills of Lading all of this tenor and date have been signed in the number stated above, one of which being accomplished, the other(s) to be void.</p> <p>Place and Date of Issue</p> <p>As Agents for the Carrier</p> <p style="text-align: right;">As Agents only</p>	
Movement	Prepaid	Collect																						
Origin land haulage																								
Origin port service																								
Ocean freight																								
Ad Valorem charges																								
Destination port service																								
Destination land haulage																								
<p>CARGO CONTAINER LINE LIMITED 147/1 St. Lucia Street, Valletta VLT 04, Malta</p>																								

Hava nəqliyyat qaiməsinin nümunəsi
(Doldurulmuş)

Shipper's Name and Address BLUE SEA SHIPPING 841 SANDHILL AVE CARSON, CA 90746		Shipper's Account Number 123546		Not Negotiable Air Waybill Issued by BLUE SEA SHIPPING 841 SANDHILL AVE CARSON, CA 90746		TPE-676542	
Consignee's Name and Address FLORIDA INTERNATIONAL USA 501 SOUTH ANDREWS FT LAUDERDALE, FL FT LAUDERDALE, FL 33301		Consignee's Account Number 464536		Copies 1, 2, and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity.			
Issuing Carrier's Agent Name and City BLUE SEA SHIPPING 841 SANDHILL AVE CARSON, CA 90746		Agent's IATA Code		Account No.		Accounting Information	
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing LOS ANGELES		Airport of Destination MIAMI		Amount of Insurance NIL		INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".	
To MIA		By First Carrier UNITED AIRLINES		to LAX		by UA	
MIA		MIA		834 FORWARD AIR		MIA	
Currency USD		Declared Value for Carriage 84300.00 USD		Declared Value for Customs			
Handling Information PLEASE NOTIFY CONSIGNEE UPON ARRIVAL		These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Ultimate destination USA		Diversion contrary to U.S. Law prohibited		SCI	
No. of Pieces RCP	Gross Weight	Rate Class	Chargeable Weight	Rate Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (Incl. Dimensions and Volume)	
250	8056.00L		3654.00	1.82	6650.28	COMPUTER PARTS	
CTNS	3654.178K						
250	8056.000L				6650.28		
CTNS	3654.178K						
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges	
		.00		6650.28			
		In Advance Charge					
		This					
		To the Issuer Charge: Dis Agent		.00		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that, insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.	
		To the Issuer Charge: Dis Carrier		.00		SAMPLE AGENT	
		To the Issuer Charge		.00		Signature of Shipper or his Agent	
To the Issuer Charge		To the Collect		6650.28		Signature of Issuing Carrier or its Agent	
Currency Conversion Rate		CC Charge in Base Currency		11/18/2003		TAIPEI	
For Carrier use only		Charge at Destination		6650.28		SAMPLE AGENT	
						TPE-676542	

FORM - AMB INTD APPERSON BUSINESS FORMS, INC. C1896 (11/97)

Dəmiryol qaiməsinin nümunəsi
(Doldurulmuş)

1. Producer Information		PLEASE PRINT		COMPLETE ONE FORM FOR EACH RAIL CAR		
Producer Name	<i>Joe Producer</i>	Telephone No.	<i>(204) 555-1234</i>			
Address	<i>Box 123</i>	Cell Phone No.	<i>(204) 121-1212</i>			
Town / Province	<i>Anywhere MB</i>	Fax No.	<i>(204) 555-2468</i>			
Postal Code	<i>R0T 0Y0</i>	Contact Person				
2. Rail Information <small>CGC Authorization letter can provide some information</small>						
Train Run	<i>05.02</i>	Station Origin	<i>Laurier</i>	Railway Order No.	<i>123456</i> <small>CWB USE ONLY</small>	
Destination Port	<i>Thunder Bay</i>			CGC Authorization No.	<i>200B</i>	
Destination Terminal	<i>Mission</i>			Shipper (CWB job Producer - please indicate name)	<i>Joe Producer</i>	
Car Initials & Number	<i>CNX 024680</i>			Consigned to	<input checked="" type="checkbox"/> CWB	
Date Grain Loaded	<i>Oct 29/07</i>	Shipping Week	<i>Wk 14</i>	Freight paid by CWB	<input checked="" type="checkbox"/> or Producer <input type="checkbox"/>	
Custom Broker Name (if U.S.)				Rail Carrier	<i>CNR</i>	
CWB Export Permit No. (if U.S.)				CWB Del. Contract No.	<i>663529</i>	
3. Loading Information <small>(to be filled in by the Producer)</small>						
Grain	<i>CWR5</i> <small>CWB USE ONLY</small>	Unload Date	<small>CWB USE ONLY</small>	Gross (MT)	<small>CWB USE ONLY</small>	
Grade / Protein	<i>1 CWR5 13.5</i>	Grain		Dockage (%)		
Gross Weight (MT)	<i>89.502</i>	Grade		Net (MT)		
Bulkhead Unload Y/N*	<i>N</i>	Protein		Moisture (%)		
<small>Bulkhead Unloads require pre-approval from the CWB, prior to loading. * Those cars requiring a separate CGC grade for individual hopper cars must be filled, complete a Bulkhead Unload form.</small>						
AFTER LOADING, COMPLETE SECTIONS 1, 2 & 3 AND EMAIL THIS FORM VIA THE INTERNET TO CN OR BY FAX TO CP (1-800-704-3000)						
<small>Note: Effective July 1, 2008, CN will no longer accept faxed copies of Bill of Lading forms. Register via the internet with CN at www.cn.ca/register.</small>			<small>If you do not have internet access, please check here and fax this form to the CWB. We will email it to CN on your behalf but at a service charge of \$25.00 per car.</small>			
4. Settlement Information						
Producer Names (max. 3) <small>(Attach addresses on a separate sheet)</small>	Permit Book Numbers <small>(please enter the approx. weight in your CWB permit book or accept of a bad weight, make the correction)</small>	Splits by Percentage	Special Instructions for CWB advances <small>(if above normal rate)</small>	Producer Payment Option Contract Number <small>(6 digit)</small>	Deferred Cheque Date	Deferred Crop Year
<i>Joe Producer</i>	<i>00-01234567</i>	<i>50%</i>		<i>403512</i>	<i>Jan 1/08</i>	<i>2007-08</i>
<i>Farm Acres Ltd.</i>	<i>00-99669966</i>	<i>50%</i>				
<small>For CWB records only, also complete section 4 and fax the completed form to: CWB at 1-204-983-8031</small>						



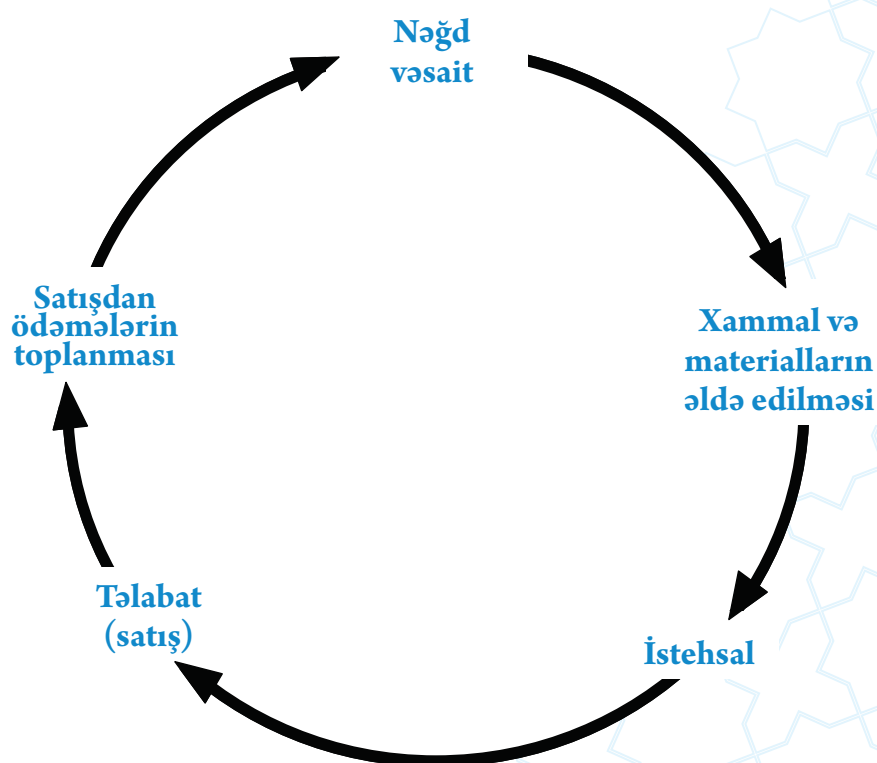
MODUL IX

MODUL IX. BEYNƏLXALQ TİCARƏTİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ

Beynəlxalq ticarət biznesin çətin sahələrindən hesab edilir. Bu sahə ilə məşğul olan iş adamları və onları maliyyələşdirən təşkilatlar, müəssisə və şirkətləri öz fəaliyyətləri zamanı hansı risklərlə qarşılaşa biləcəyini yaxşı anlamalıdırlar.

Əvvəlcə gəlin şirkətlərin beynəlxalq ticarətə nə zaman müraciət etdiklərinə nəzər salaq. Bunun üçün nümunə olaraq hər hansı bir istehsal şirkətinin biznes fəaliyyətinin əsas mərhələlərinə nəzər salaq. Şərti olaraq istehsal şirkətinin biznes fəaliyyətini aşağıdakı əsas mərhələlərə bölmək olar:

- ✓ Nağd vəsait
- ✓ Xammal və materialların əldə edilməsi
- ✓ İstehsal
- ✓ Tələbat (satış)
- ✓ Satışdan ödəmələrin toplanması



Əgər biznes mərhələlərinə nəzər salsaq görərik ki, istehsalçı müəssisələrin iki mərhələdə beynəlxalq ticarətlə məşğul olmaq ehtimalı var. Birincisi - əgər istehsalçı istehsalında istifadə etdiyi xammal və materialları xarici ölkələrdən idxal edərsə. İkincisi - əgər istehsalçı öz məhsullarını xaricə ixrac edərsə. Ümumiyyətlə idxal-ixrac əməliyyatları ilə ticarət şirkətləri, idxalçı şirkətlər, xarici təşkilatların filial və nümayəndəlikləri və s. təşkilatlar da məşğul olurlar. Beynəlxalq ticarət həm satıcı, həm də alıcı üçün problemlər yaradır. Lakin satıcının riskləri daha çox olur. Belə ki, satıcı yalnız alıcının maliyyə vəziyyətini

deyil, eyni zamanda alıcının ölkəsinin risklərini, alqı-satqı əməliyyatına cəlb olunmuş digər tərəflərin (məsələn banklar və ya sığorta şirkətləri) də risklərini nəzərə almalıdırlar.

Beynəlxalq ticarətdə risklər aşağıdakı əlavə faktorlara görə artır:

Qanunlar, gömrük və ənənələr

İdxalçı və ixracatçı beynəlxalq ticarətin iştirakçıları olduqda, onlar müxtəlif ölkələrin qanunları, gömrük proseduraları və hətta dil problemləri ilə qarşılaşırlar.

Ölkələr arasında məsafə və ləngimələr

Beynəlxalq ticarətdə bağlanan müqavilələr çox vaxt yerli müqavilələrə nisbətən daha böyük məbləğdə bağlanır. Alıcının və satıcının ölkələri arasında olan məsafələrə görə, malın göndərilməsi üçün daha çox zaman tələb olunur ki, bu da malın korlanması və ya xarab olması riskini, beləliklə də malın pulunun ödənilməməsi riskini artırır.

Dövlət qanunları

İdxalçı və ixracatçı işlədikləri dövlətlərin qanunlarına görə müxtəlif problemlərlə qarşılaşa bilərlər:

- Mərkəzi bankların valyuta nəzarəti qaydaları
- İdxal kvotaları
- Ticarət embarqoları, qara siyahılar
- İdxal gömrük rüsumları və s.

Valyuta riskləri

Beynəlxalq ticarətdə satıcı çox vaxt malını xarici valyutaya satmalı olur. Əgər müqavilədə göstərilmiş valyutanın qiyməti malın satıldığı və ödənişin alındığı müddətdə aşağı düşərsə, bu zaman satıcı ticarət əməliyyatından əldə edəcəyi gəlirin bir hissəsini və ya hamısını itirə bilər.

Ödəmə riski

Beynəlxalq ticarət müxtəlif ölkələrdə yerləşən iki subyektin arasında baş verir və bəzən onlar bir-biri ilə tanış olmayan şirkətlər olur. Belə hallarda heç bir tərəf risk etmək istəmir. Satıcı pulunu qabaqcadan almaq istəyir, alıcı isə əvvəl malları almaq istəyir, yəni heç kəs ödəmə riskini öz üzərinə götürmək istəmir.

Ölkə riski

Bəzən satıcı xaricə satdığı mallar / xidmətlər üçün vəsaitlərini alıcının ölkəsindəki valyuta tənzimləmə rejiminə və ya dövlət tərəfindən tətbiq olunan digər məhdudiyətlərinə görə ala bilmir və s.

Gəlin beynəlxalq ticarətin maliyyələşməsi zamanı istifadə olunan bəzi maliyyə alətləri haqqında daha ətraflı nəzər salaq.

Valyuta riskinin sığortalanması üsulları və alətləri

Şirkətlər beynəlxalq ticarətlə məşğul olduqda hər zaman xarici valyuta ilə işləməyə məcbur olurlar. Xarici valyuta ilə yerli valyutanın zaman ərzində məzənnələrinin dəyişdiyini nəzərə alsaq, şirkətlərin belə hallarda valyuta riski ilə qarşılaşdığını söyləmək mümkündür. Şirkətlər hər zaman valyuta riskini azaltmaq və ya aradan qaldırmaq üçün vasitələr axtarırlar. Aşağıda valyuta riskinin sığortalanması üçün istifadə olunan bəzi metod və maliyyə alətləri haqqında daha ətraflı məlumat verilmişdir.

İdxalçının maliyyələşdirilməsi

Bəzən idxalçı şirkətlər mal və xidmətlərin alınması üçün bank kreditlərindən istifadə edirlər. Beynəlxalq

ticarətlə məşğul olan şirkətlər belə bir suala cavab verməli olurlar: Bankdan krediti hansı valyutada götürmək daha əlverişlidir?

Əgər söhbət valyuta risklərinin sığortalanmasından gedirsə, burada ekspertlər idxalçı üçün yerli valyutada maliyyələşməyin daha əlverişli olduğunu deyirlər. Belə ki, idxalçı gətirdiyi malları ölkə daxilində yerli valyutaya satacaqdır. Bu halda idxalçı öz valyuta riskini aradan qaldırmış olur. Əgər idxalçı əksinə xarici valyutada kredit alsın, ölkə daxilində malları yerli valyutada satdığına görə hər zaman gəlirləri yerli valyutada olacaq və o kredit müddəti bitənə qədər valyuta riski ilə qarşılaşacaqdır. Doğrudur, əgər kredit müddəti bitənə qədər yerli valyuta möhkəmlənərsə, idxalçının gəlirləri daha artıq ola bilər. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, idxalçı şirkətlər valyuta məzənnələrinin dəyişməsindən deyil, idxal əməliyyatlarından gəlir götürməyi planlaşdırırlar. Bundan başqa bu və ya digər valyutaların məzənnələrinin gələcəkdə necə dəyişəcəyini proqnozlaşdırmaq demək olar ki, mümkün deyil.

İxrac əməliyyatlarının maliyyələşdirilməsi

Mal və xidmətlər ixrac edən şirkətlər də bəzən öz biznes dövrüyəsini gücləndirmək və ixracı maliyyələşdirmək üçün bankdan kredit almaq məcburiyyətində qalırlar. Bu halda yenə mal ixrac edən şirkətin qarşısında belə bir sual durur: Krediti hansı valyuta götürmək daha əlverişlidir?

Əgər şirkət ixrac etdiyi malların ödənişini xarici valyutada və müəyyən bir müddətdən sonra alacaqdırsa, bu müddət ərzində həmin valyutanın yerli valyutaya olan nisbəti böyük ehtimalla dəyişəcəkdir. Lakin şirkət bu dəyişmədən gəlir əldə edəcəyini və ya ziyan uğrayacağını qabaqcadan müəyyən edə bilməz. Ona görə də ekspertlər hesab edirlər ki, mallarını ixrac edərək vəsaitlərini müəyyən bir müddətdən sonra alan şirkət öz valyuta risklərini aradan qaldırmaq üçün öz bankından krediti məhz xarici tərəfdaşından alacağı xarici valyutada almalıdır. Beləliklə o, valyuta riskini aradan qaldırmış olur.

Forvard Valyuta Müqaviləsi (Currency Forward Contract)

Beynəlxalq ticarətlə məşğul olan şirkətlər bəzən gələcək zamanda alacaqları və ya ödəyəcəkləri valyutanı hansı qiymətdən alıb-satacaqlarını əvvəlcədən müəyyənləşdirmək istəyirlər. Məsələn, hesab edək ki, mallarını ixrac edən şirkətin artıq banka yerli valyutada kredit borcu var. Eyni zamanda şirkət xarici tərəfdaşından 3 aydan sonra 100 000 ABŞ dolları məbləğində vəsait alacaqdır. Lakin bu müddət ərzində yerli valyutanın ABŞ dollarına qarşı məzənnəsinin necə dəyişəcəyi məlum deyildir. Belə hallarda banklar öz müştərilərinə xarici valyutanın gələcəkdə, lakin qabaqcadan müəyyən edilmiş qiymət üzərindən alınması ilə bağlı təklif verirlər. Belə təklif forvard valyuta müqaviləsi adlanır. Əgər tərif kimi ifadə etsək...

Forvard valyuta müqaviləsi - xarici valyutanın gələcəkdə, qabaqcadan müəyyən edilmiş qiymət üzərindən alınıb-satılmasıdır.

Burada qeyd etmək lazımdır ki, belə müqavilələrin şərtləri hər iki tərəf üçün məcburidir. Yəni gələcəkdə xarici valyutanın məzənnəsinin necə dəyişməsindən asılı olmayaraq hər iki tərəf razılaşdığı qiymət üzərindən bu əməliyyatı həyata keçirməli və ya qarşı tərəfin zərərini ödəməlidir.

Valyuta Opsionu (Currency Option)

Valyuta opsionu eyni ilə Forvard valyuta müqaviləsinin təkrarıdır. Lakin burada belə müqaviləni alan tərəf (yəni bankın müştərisi) müqavilənin şərtlərini yerinə yetirməyə məcbur deyil. Burada bankın müştərisi xarici valyutanı gələcəkdə müəyyən bir zamanda qabaqcadan razılaşdırılmış qiymət üzərindən alıb-satmaq hüququnu əldə edir.

Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində Forvard və Opsiya haqqında maddələrin olmasına baxmayaraq bu maliyyə alətləri ölkəmizdə demək olar ki, istifadə olunmur. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq ticarətlə məşğul olan iş adamları öz fəaliyyətləri zamanı valyuta riskini sığortalamaqlarına görə bir çox hallarda itkilərə məruz qalmaqda davam edirlər.

Beynəlxalq ticarətdə istifadə olunan sənədlər

Beynəlxalq ticarətdə istifadə olunan sənədlər adətən alıcıya birbaşa deyil, nəqliyyat şirkətlərinin vasitəsi ilə göndərilir. İdxalçı malları yalnız ona məxsusluğunu təsdiq edən sənədlər əsasında ala bilər. Beynəlxalq ticarətdə istifadə olunan sənədlər müxtəlif və bəzən də mürəkkəb olur. Ona görə də beynəlxalq ticarətlə məşğul olan iş adamı bu sənədləri yaxşı bilməli və onların qaydasında olmasına diqqət yetirməlidir.

Bu sənədləri 3 qrupa ayırmaq mümkündür:

- ✓ Nəqliyyat sənədləri
- ✓ Sığorta sənədləri
- ✓ Ticarət və gömrük sənədləri.

NƏQLİYYAT SƏNƏDLƏRİ

Nəqliyyat qaiməsi ən vacib nəqliyyat sənədi hesab edilir. Bu sənəd həm də malların daşınması hüququnu verən sənəddir. Adətən bu sənədin 3 əsli tərtib olunur və malın ölkədən çıxarılması üçün onun əsli tələb olunur.

Hava yol qaiməsi adından da göründüyü kimi malların hava yolu ilə daşınması zamanı avia şirkətlər tərəfindən istifadə olunur. Bu sənəd mallara mülkiyyət hüququ vermədiyi üçün malların göndərilməsi zamanı nəqliyyat sənədi ilə birlikdə tərtib olunur.

Konosament malların su yolu ilə daşınması zamanı istifadə olunur. Konosament mallara mülkiyyət hüququnu təsdiq edən sənəd hesab olunur. Bu sənəddə daşıyıcı şirkətin adı, sənədin verilmə tarixi, malların təsviri, gəminin adı, malların göndərilmə və təyinat limanları və s. məlumatlar öz əksini tapmalıdır. Konosamentin müxtəlif növləri vardır.

Dəmiryol qaiməsi malların dəmiryolu vasitəsi ilə göndərilməsi zamanı istifadə olunur. Bu sənəddə mal göndərən və idxalçının adı, malların təsviri və digər məlumatlar öz əksini tapır. Beynəlxalq ticarətdə malların göndərilmə vasitələrindən asılı olaraq poçt qəbzi və s kimi sənədlərdən də istifadə olunur.

SİĞORTA SƏNƏDLƏRİ

Sığorta sertifikatı malların bir nəqliyyat vasitəsi ilə daşınması zamanı sığortanın şərtlərini ifadə edir. Bu şərtlər adətən sığortalanan riskləri, sığortanın məbləğini, sığorta müddətini və s. kimi məqamları əks etdirir. Sığorta məbləği malların hesab faktura dəyərinin ən az 110%-i məbləğində olmalıdır (Əlavə 9-2).

Sığorta polisi adətən malların mütəmadi qaydada göndərilməsi zamanı verilir. Sığorta polisi razılaşıdırılmış müddətdə və şərtlərlə olan bütün riskləri sığortalayır. Bundan başqa hər bir yeni mal

göndərilməsi zamanı bu mallara aid bütün məlumatlar əks olunmaqla mövcud olan polisə uyğun yeni sığorta sertifikatı hazırlanır.

TİCARƏT VƏ GÖMRÜK SƏNƏDLƏRİ

Ticarət hesab fakturası Bu sənəd ən vacib ixrac sənədi hesab edilir. Ticarət hesab fakturası özündə mallar, onların göndərilmə və ödəmə şərtləri və s. məlumatları əks etdirir. (Əlavə 9-3)

Bu məlumatlara aşağıdakılar daxildir:

- ✓ Mal göndərəninin və idxalçının adı və ünvanı
- ✓ Malların təsviri
- ✓ Malların keyfiyyəti
- ✓ Malların kəmiyyəti
- ✓ İdxalçı tərəfindən ödəniləcək məbləğ
- ✓ Malların göndərilmə şərtləri (İnkoterms)
- ✓ Malların daşınması ilə bağlı məlumatlar
- ✓ Mal göndərəninin imzası

Mənşə sertifikatı malların istehsal edildiyi ölkə və ya ölkələri bildirən bir sənəddir. Bu sənədi adətən istehsalçı ölkənin Ticarət Palatası və ya digər beynəlxalq müstəqil təşkilat təsdiqləyir.

Kəmiyyət və keyfiyyət sertifikatı adətən bir-birini yaxşı tanımayan tərəflərin ticarət əməliyyatı zamanı və ya bir sıra şirkətlərin ticarət siyasətinə əsasən tələb oluna bilər. Bu sənəd əsasən idxalçı tərəfindən tələb olunur və onu alacağı malların keyfiyyətinin və kəmiyyətinin mal göndərən ilə razılaşdığı şərtlərə uyğun olmamasından sığortalayır.

Beynəlxalq ticarətdə ödəmə üsulları

Beynəlxalq ticarətdə əsas ödəmə üsullarını aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

Qabaqcadan ödənişlər – bu halda idxalçı alacağı malların pulunu qabaqcadan satıcının hesabına ödəyir. Bu ödəmə vasitəsi mallarını ixrac edən tərəf üçün ideal haldır. Belə ki, bu halda o ödəmə ilə bağlı demək olar risk etmir, əgər ödəniş olunmursa, o da mallarını göndərmir.

Açıq hesab – mal göndərən malları ilə birlikdə idxalçıya hesab faktura göndərir və idxalçı müqavilə razılaşdırılmış müddət ərzində pulunu satıcıya ödəyir. Bu ödəniş üsulu mallarını satan şirkət üçün böyük riskdir və adətən bu üsuldan yalnız idxalçını yaxşı tanıyan satıcılar istifadə edirlər.

Beynəlxalq çek – onu verən hesab sahibinin öz bankına verdiyi, çekdə göstərilən məbləğin ödənilməsi haqqında yazılı tapşırıqdır. Çek əsasında ödənişlər həm nağd formada, həm də hesabdən hesaba üsulu ilə ödənilə bilər. Çeklər adlı və təqdim edənə olmaqla iki növə bölünür. Adından da görüldüyü kimi, adlı çeklərdə pulu alacaq şəxs və ya təşkilatın (mal satanın) adı tam olaraq göstərilir və pulu almaq üçün satıcı və ya onun nümayəndəsi müvafiq sənədlər təqdim etməlidir. Ona görə də beynəlxalq ticarətdə əsasən adsız çeklərdən istifadə olunur. Bu halda çek vasitəsi ilə ödəniş alan tərəf çekdən pulları öz bankı vasitəsi ilə inkasso edə bilər.

Veksel (Promissory note) – onu verənin (tərtib edənin) onun sahibinə (onu əlində tutana) vekseldə göstərilən məbləği müəyyən tarixdə şərtsiz ödəmək haqqında öhdəliyidir. Beynəlxalq ticarətin maliyyələşməsində veksellərdən satıcının satdığı malların pulunu gələcəkdə müəyyən bir tarixdə alacağını idxalçı ilə razılaşdırdığı halda istifadə olunur. Başqa sözlə Veksel idxalçının mal göndərəne borcunu ifadə və təsdiq edən sənəddir. Satıcı sonradan bu vekseli banklara və digər maliyyə qurumlarına sata və ya ondan girov kimi istifadə edə bilər. Lakin bunun üçün vekseli verən təşkilatın tanınmış və ödəmə qabiliyyətli olması vacibdir. Əks halda veksel yalnız borcu ifadə edən sənəd olaraq beynəlxalq məhkəmə, arbitraj və s. bu kimi qurumlarda istifadə oluna bilər.

Beynəlxalq vekselin əsas xüsusiyyətləri:

- ✓ Vekselə göstərilən borc heç bir ticarət əməliyyatı ilə əlaqələndirilməməli və öhdəliyin şərtsiz olduğu ifadə edilməlidir
- ✓ Veksel hər zaman ödəmə öhdəliyidir və mallar və ya xidmətlər ilə ifadə edilməməlidir
- ✓ Veksel yalnız yazılı formada olan sənəddir, tənə onun qeyri-nağd forması olmur
- ✓ Beynəlxalq Konvensiyaya əsasən vekselin aşağıdakı mütləq rekvizitləri olmalıdır:
- ✓ Veksel sözü – həm sənədin adında həm də yazı hissəsində ifadə olunmalıdır
- ✓ Vekselin məbləği və valyutası (rəqəmlə və sözlə)
- ✓ Veksel ilə borclu haqqında məlumat
- ✓ Veksel ilə borc verən haqqında məlumat
- ✓ Ödənişin yeri
- ✓ Ödənişin tarixi
- ✓ Vekselin təqdim olunma yeri və tarixi
- ✓ Vekseli verənin (borclunun) imzası

Veksel üzrə vəsait alacaq tərəf özünün bu haqqını üçüncü tərəfə də ötürə bilər. Bu halda vekselin arxasında (və ya əlavə vərəqdə) xüsusi qeyd aparılır. Buna **indossament** deyilir.

Vekselin müxtəlif növləri vardır. Bunlardan beynəlxalq ticarətdə istifadə olunan aşağıdakı əsas növləri misal göstərmək olar:

- ✓ Sadə veksel
- ✓ Ötürülən veksel
- ✓ Əmtə vekseli
- ✓ Maliyyə vekseli və s.

Inkasso (Collection)

İnkasso elə bir hesablaşma növüdür ki, burada satıcı öz bankına satdığı mallar və göstərdiyi xidmətlər üçün xaricdə olan alıcıdan pullarının alınması məqsədilə tapşırıq (*inkasso tapşırığı*) verir. Burada mal göndərən öz bankına onun xaricdəki pulunun alınmasında inkasso edən nümayəndə kimi çıxış etməsi üçün müraciət edir. İnkasso, Beynəlxalq Ticarət Palatası tərəfindən təsdiq edilmiş «İnkasso haqqında ümumi qaydalarla» tənzimlənir. İnkassolar sənədli və təmiz inkasso olmaqla iki növə bölünür:

Təmiz inkasso heç bir mallara və xidmətlərə aid olmayıb, yalnız veksel, çek və s. kimi maliyyə alətləri ilə bağlıdır. Burada satıcı bankına hər hansı maliyyə aləti əsasında onun xaricdəki pulunun alınmasında inkasso edən nümayəndə kimi çıxış etməsi üçün müraciət edir. Bu halda alıcı ilə satıcının arasında bağlanmış müqavilə və ya malların göndərilməsi ilə bağlı hər hansı bir sənəd tələb olunmur.

Sənədli İnkasso zamanı Satıcı satdığı mallar qarşılığında pulunun alınması üçün öz bankına inkasso edən nümayəndə kimi çıxış etməsi üçün müraciət edir və ödəmə tələbnaməsi verir. Ödəmə tələbnaməsi göndərilən mallara aid sənədlərlə müşayiət olunur. Sənədli inkasso əməliyyatının əsas mərhələləri aşağıdakılardır:

- ✓ Satıcı alıcı ilə razılaşdırdığı şərtlər əsasında malları alıcıya göndərir
- ✓ Satıcı malların göndərilməsi ilə bağlı sənədləri toplayıb inkasso tapşırığı ilə birlikdə bankına təqdim edir
- ✓ Satıcının bankı tələbnaməni malların göndərilməsinə aid sənədlərlə birlikdə alıcının bankına göndərir
- ✓ Alıcının bankı öz müştərisini (alıcını) inkasso tələbnaməsi və göndərilən sənədlərlə tanış edir
- ✓ Alıcı sənədlərlə tanış olduqdan və malların müqaviləyə uyğun surətdə göndərilməsindən əmin olduqdan sonra öz bankına ödəniş haqqında sərəncam verir
- ✓ Alıcının bankı ödəniş haqqında sərəncamı aldıqdan sonra sənədləri alıcıya ötürür
- ✓ Alıcı sənədlər əsasında mallarını almağa gedir

Sənədli inkassonun əsas iki ödəmə şəkli vardır:

- ✓ ödəmə qarşılığında sənədlər (Documents against payment)
- ✓ aksept qarşılığında sənədlər (məhlətli ödəniş) (Documents against acceptance) Bu halda inkasso tələbnaməsi, malların göndərilməsi ilə bağlı olan sənədlər yanaşı, idxalçının borcunu ifadə edən maliyyə sənədləri də təqdim olunmalıdır.

Sənədli Akkreditiv (Letter of Credit)

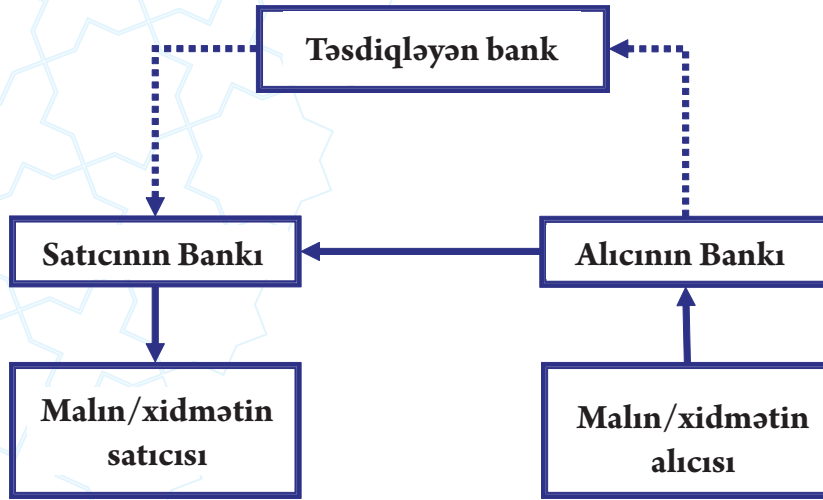
Sənədli akkreditiv onun benefisiarına (akkreditiv alana, yəni mal satana) akkreditivdə göstərilən şərtlərin yerinə yetirilməsindən sonra ödəniş haqqında yazılı bank zəmanətidir. Sənədli akkreditiv, alqı-satqı haqqında müqavilələrdən və ya əsaslandıqları digər sənədlərdən asılı olmayan ayrıca bir bank əməliyyatıdır (Əlavə 9-1 və 9-4).

Akkreditiv əməliyyatlarının əsas mərhələləri aşağıdakılardır:

- 1 Alıcı və satıcı malların müəyyən edilmiş şərtlərlə alınması haqqında razılığa gələrək müqavilə imzalayırlar. Bu müqavilədə ödənişin akkreditiv vasitəsi ilə həyata keçirilməsi mütləq göstərilməlidir;
- 2 Alıcı akkreditivin açılması üçün öz bankına müraciət edir, akkreditiv üçün ərizə formasını müqavilənin şərtlərinə uyğun olaraq doldurur və təqdim olunacaq sənədlərin siyahısını göstərir;
- 3 Alıcının bankı akkreditiv ərizəsi əsasında xüsusi şifrə ilə təmin edilmiş akkreditiv məktubunu alıcının ərizəsi əsasında doldurur və SWIFT sistemi və ya teleks sistemi vasitəsi ilə satıcının bankına göndərir;
- 4 Satıcının bankı akkreditiv məktubu haqqında satıcıya yazılı məlumat verir;
- 5 Satıcı akkreditivin şərtlərinin alıcı ilə bağladığı müqavilənin şərtlərinə uyğun olduğundan əmin olduqdan və banka akkreditivi qəbul etdiyi haqqında yazılı məlumat verdikdən sonra mallarını alıcıya göndərir;

- 6 Satıcı malların göndərilməsinə aid lazım olan sənədləri toplayaraq öz bankına təqdim edir;
- 7 Satıcının bankı sənədlərin akkreditivin şərtlərinə uyğunluğunu yoxladıqdan sonra onları alıcının bankına göndərir;
- 8 Alıcının bankı sənədlərin akkreditiv şərtlərinə uyğunluğunu yoxlayır, əgər sənədlər bu şərtlərə cavab verirsə, akkreditiv üzrə vəsaitləri satıcıya ödəyir, sənədləri isə alıcıya təqdim edir.

Akkreditivin iş prinsipi



Sənədli akkreditiv həm ödənişin sənədləri təqdim etdikdən dərhal sonra aparılmasına, həm də gələcəkdə müəyyən bir tarixdə (məhlətli ödənişlə) aparılmasına imkan verir.

ödəmə qarşılığında sənədlər

məhlətli ödəniş

Öz mənsəyinə görə akkreditivlər bir neçə növə bölünür, və bunlar Beynəlxalq Ticarət Palatasının təsdiq etdiyi «Sənədli akkreditivlərin tətbiqi və ümumi qaydaları» (UCP-600) ilə tənzimlənir.

Geri çağırıla bilməyən sənədli akkreditiv (Irrevocable Letter of Credit) – Müddəti bitənə qədər mal alan tərəfindən geri çağırıla bilməyən akkreditivdir.

Yeni UCP-600 qaydalarına əsasən bütün akkreditivlər geri çağırıla bilməyən hesab edilir.

Təsdiq edilmiş sənədli akkreditiv (Confirmed Letter of Credit)

Akkreditivi açan bankın zəmanətinə əlavə olaraq, satıcının bankının və ya digər bir bankın öz təsdiqini verməsi halında akkreditiv təsdiq edilmiş akkreditiv adlanır.

Təsdiq edilməmiş sənədli akkreditiv (Unconfirmed Letter of Credit)

Bu halda akkreditivin ödənilməsinə görə yalnız akkreditivi açan bank məsuliyyət daşıyır.

Revolver (bölünə bilən) sənədli akkreditiv (Revolving Letter of Credit)

Bu akkreditiv bərabər hissələrə bölünərək, əlavə düzəliş olmadan bir neçə dəfə təkrarlana bilər.

Qarşılıqlı sənədli akkreditiv (*Back to back Letter of Credit*)

Alınmış hər hansı bir akkreditivi təminat kimi qəbul edərək bank tərəfindən açılan ikinci akkreditivə qarşılıqlı akkreditiv deyilir.

Transferabel (üçüncü tərəfə ötürülə bilən) (*Transferable Letter of Credit*)

Bu növ akkreditiv, Satıcıya qəbul etdiyi akkreditivin bir və ya bir neçə hissəsini digər satıcılara yönəltmək imkanı verir.

Qırmızı şərtli akkreditiv (*Red Clause Letter of Credit*)

Satıcıya mal göndərmək üçün qəbul etdiyi akkreditivin bir hissəsindən qabaqcadan istifadə etmək hüququ verir.

«Stand by» tipli akkreditiv (*Standby Letter of Credit*)

Bu tipli akkreditiv ya açılmış digər bir akkreditivi sığortalamaq üçün və ya «açıq hesabla» ödənişin sığortalanması üçün istifadə edilir. Bu akkreditivi alan tərəf, ödənişi yalnız qarşı tərəfin öhdəliklərini yerinə yetirmədiyi təqdirdə tələb edə bilər.

Akkreditiv hesablaşmalarının əsas üstünlükləri aşağıdakılardır:**İxracatçı üçün:**

- ✓ Müqavilə dəyərinin ödənilməsinə əlavə zəmanət
- ✓ İxracat gəlirinin vaxtında alınmasının təmin olunması
- ✓ Akkreditiv şərtlərinə tam cavab verən malın göndərilməsini təsdiq edən sənədlərin banka təqdim olunması ilə vəsaitlərin alınması demək olar ki, təmin olunmuşdur
- ✓ Əməliyyat Beynəlxalq ticarət palatasının hazırladığı qaydalarla tənzimlənir və s.

İdخالçı üçün:

- ✓ Avans ödənişinin olmaması
- ✓ Vəsaitlərin satıcının hesabına köçürülməsi yalnız akkreditivin şərtləri yerinə yetirildikdən və sənədlər lazımı qaydada banka təqdim edildikdən sonra həyata keçirilir
- ✓ Alıcı ödəmənin akkreditiv üzrə yerinə yetirilməsinə təminat verərək malların daha məqbul şərtlərlə çatdırılmasına nail ola bilər
- ✓ Beynəlxalq müqavilənin ödəmə şərtlərinə aid hissəsinin hazırlanmasında bank əməkdaşlarının təcrübəsindən yararlanmaq imkanı
- ✓ Möhlətli ödəniş ilə təmin olunan akkreditiv əmtə kreditinin ixracatçıdan alınmasına imkan yaradır və s.

BANK ZƏMANƏTLƏRİ

Beynəlxalq Bank zəmanəti (*International Bank guarantee*) – bankın xaricdə olan tərəf qarşısında, onun yazılı tələbinə əsasən və ya zəmanət məktubunda göstərilən sənədlərin təqdim olunması qarşılığında yazılı ödəmə zəmanətidir.

Zəmanətlərin əsas növləri aşağıdakılardır:

- ✓ Təklif zəmanəti (iştirak zəmanəti)
- ✓ Kontrakt zəmanəti (yerinə yetirmə)
- ✓ Avans ödənişi zəmanəti
- ✓ Keyfiyyət zəmanəti (malın alınmasından sonra müəyyən müddətə qədər verilir)
- ✓ Gömrük zəmanəti və s.

Sənədli akkreditivin SWIFT mətni

 FIN MESSAGE {1:F01SWAAB0754} from **FIRST BANK DUBLIN IRELAND**

:27 sequence of total : 1/1
 :40A Form of documentary credit :
 IRREVOCABLE
 :20 Documentary credit number :
 EXIMP900/06
 :31C Date of issue :
 2007/07/12
 :31D Date and place of expiry :
 2007/10/12 Baku

:50 Applicant :
 Beautiful Corporation of Ireland
 898 Liberty Square
 Dublin
 Republic of Ireland

:59 Beneficiary :
 Pleasure Co
 1 Bakikhanov Street
 Baku
 Azerbaijan
 Tel: 123 1234

:32B Currency code amount :
 EUR
 # EUR860,000. #

:41A available with/by - swift addr :
 IGXX XX XX
 AZERI BANK BAKU AZERBAIJAN
 BY SIGHT PAYMENT
 :43P Partial shipment :
 NOT PERMITTED
 :43T Transshipment :
 NOT PERMITTED
 :44A On board/disp/taking charge :
 BAKU AIRPORT
 :44B for transportation to :
 DUBLIN AIRPORT
 :45A Descr goods and/or services :
 100 SECOND HAND MULTIGYM FITNESS MACHINES MODEL MG123
 AT EUR 8,500 EACH PLUS CARRIAGE AND INSURANCE
 CIP DUBLIN (INCOTERMS 2000)
 AS PER PRO FORMA INVOICE NO 1234 DATED 19 SEPTEMBER 2007

:46A Documents required:
 + One copy of signed invoice
 + Insurance Certificate covering insurance for 'All risk' endorsed in blank with cover for 110% of CIP value with claims payable in Ireland indicating the name and address of the claims payment agent.
 + Air Consignment Note consigned to the order First Bank Dublin marked 'freight paid'

:47A Additional conditions :
 LATEST SHIPMENT DATE: 21 SEPTEMBER 2007
 :71B charges :
 ALL CHARGES OUTSIDE IRELAND ARE FOR THE BENEFICIARY'S ACCOUNT
 :49 Confirmation instructions :
 Without confirmation
 :78 Instructions to pay/acc/neg bk :
 IN REIMBURSEMENT FOR DRAWINGS COMPLYING STRICTLY WITH THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CREDIT PLEASE CLAIM ON OUR ACCOUNT WITH CITIBANK FRANKFURT.
 SUBJECT TO UNIFORM CUSTOMS AND PRACTICE FOR DOCUMENTARY CREDITS (2007 REVISION)
 INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE PUBLICATION NO 600. FORWARD DOCUMENTS BY COURIER.

EXPIRY DATE AND PLACE

IMPORTER/BUYER

EXPORTER/SELLER

CREDIT AMOUNT

SHIPPING DETAILS

THE GOODS DESCRIPTION

LAST DATE TO SHIP GOODS

HAS NOT CONFIRMED CREDIT

Sığorta sertifikatı

Fortress Insurance Company

105 Rudaki Avenue
Baku Azerbaijan

INSURANCE CERTIFICATE UNDER POLICY No: FORT: 00781

By way of issuing this document we **Fortress Insurance Company ('the Company')** certify that the Company has insured the under mentioned risks to bearer and conveys all the rights of this original policy.

Insured Currency/Value: EUR 943,500.00 (Nine hundred and forty three thousand and five hundred euro)

Goods Description

100 MULTIGYM FITNESS MACHINES MADE BY PLEASURE CO
Shipped from Baku Airport to Dublin Airport Ireland.
Cover provided warehouse to warehouse.

Insurance Cover**Institute Cargo Clause 'A'**

Cover effective ex warehouse of seller 20 September 2007
Cover all except risks caused by Act of God excluding risks caused by transportation
Franchise amount – EUR 10 000
In the event of loss or damage for which the insurance company is presumed to be liable immediate notice must be given to:-

Claims payable in:

Dublin


Fortress Insurance Company

Date of Issuance 22 September 2007

Authorised Signature of **INSURED.**

Pleasure Co

Ticarət hesab-fakturası

COMMERCIAL INVOICE	
 <p>Pleasure Co 24 Rasul Rza Street Baku Azerbaijan Tel: 296 7895</p>	
<p>BUYER Beautiful Corporation of Ireland 898 LIBERTY SQUARE Dublin, IRELAND</p> <p style="text-align: right;">DATE: 20 SEPTEMBER 2007</p>	
<p>COMMERCIAL INVOICE NO: 1234 shipped</p>	
<p>DESCRIPTION OF GOODS</p> <p>100 USED MULTIGYM FITNESS MACHINES MODEL ML 270</p> <p>GOODS 100 X EUR8,500. INSURANCE CARRIAGE CIF DUBLIN</p>	<p>VALUE</p> <p>EUR850,000.00 EUR 4,000.00 EUR 3,500.00</p>
<p>TOTAL</p>	<p>EUR857,500.00</p>
<p>PACKING: 100 PIECES IN 25 CRATES WEIGHT: 4 METRIC TONNES</p>	
<p>ORIGINAL</p>	<p>Signed:</p>

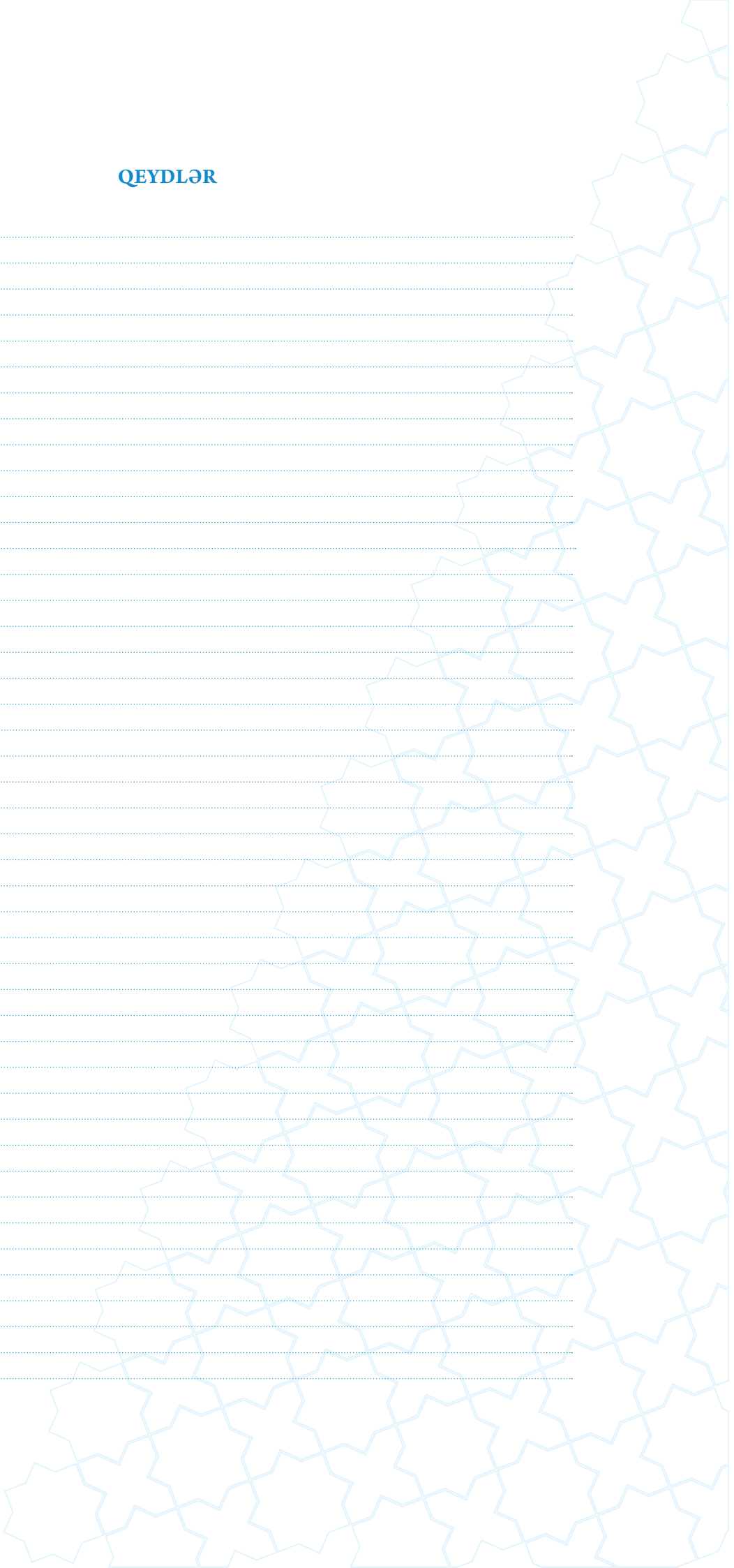
Sənədli akkreditivin açılması üçün ərizə forması

To CREDIT SUISSE AG Trade Finance Service Center: <input type="checkbox"/> Zürich <input type="checkbox"/> Genève <input type="checkbox"/> Basel <input type="checkbox"/> Lugano	
We request you to issue on our behalf and for our account the following Irrevocable Documentary Credit as per the instructions given below. This credit is to be subject to the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits" published by the International Chamber of Commerce in force at the time of the issuance.	
Name and Address of Applicant to appear in the credit	<input type="checkbox"/> Ourselves <input type="checkbox"/> Other Party (specify) 4 lines à 35 characters max.
Contact Person	Phone no E-Mail address
Our Reference	
Correspondent Bank	4 lines à 35 characters max. SWIFT CODE:
40A: Form of documentary credit	<input type="checkbox"/> Irrevocable <input type="checkbox"/> Irrevocable and transferable <input type="checkbox"/> Irrevocable Standby
31D: Date of expiry	DD-MM-YYYY (DD-MM-YYYY)
31D: Place of expiry with	<input type="checkbox"/> Credit Suisse <input type="checkbox"/> Correspondent Bank <input type="checkbox"/> Any Bank <input type="checkbox"/> Any Bank in: (country or city)
59: Beneficiary	SWIFT address 4 lines à 35 characters max. Full Address
32B: Currency and Amount	
39: Credit Amount specification	<input type="checkbox"/> Exactly <input type="checkbox"/> Maximum <input type="checkbox"/> Tolerance of + /- % <input type="checkbox"/> About (+/- 10 %) <input type="checkbox"/> specify:
41A: Available with (Place of presentation of documents)	<input type="checkbox"/> Credit Suisse <input type="checkbox"/> Correspondent Bank <input type="checkbox"/> Any Bank <input type="checkbox"/> Any Bank in: (country or city)
41A: Available by	<input type="checkbox"/> Payment at sight <input type="checkbox"/> Negotiation (specify below) <input type="checkbox"/> At days after <input type="checkbox"/> Deferred payment (specify below) <input type="checkbox"/> Mixed payment (specify below) <input type="checkbox"/> Acceptance (specify below) <input type="radio"/> Date of shipment <input type="radio"/> Date of Invoice <input type="radio"/> Sight <input type="radio"/> (define):
42A: Drawee	4 lines à 35 characters max.
42C: Drafts at ...	days from
43P: Partial shipments	<input type="checkbox"/> Allowed <input type="checkbox"/> Not allowed <input type="checkbox"/> In lots allowed <input type="checkbox"/> other (specify):
43T: Transshipment	<input type="checkbox"/> Allowed <input type="checkbox"/> Not allowed
44A: Place of Taking in Charge/ Dispatch from.../ Place of Receipt	
44E: Port of Loading/ Airport of Departure	
44F: Port of Discharge/ Airport of Destination	
44B: Place of Final Destination/ For Transportation to.../ Place of Delivery	
44C: Latest Date of Shipment	DD-MM-YYYY (DD-MM-YYYY)

44D: Shipment period	6 lines à 65 characters max.	
Trade terms and place	<input type="checkbox"/> EXW (ex works) <input type="checkbox"/> CFR (Cost and Freight) <input type="checkbox"/> CIP (Carriage and Insurance paid to) <input type="checkbox"/> FCA (Free Carrier) <input type="checkbox"/> CIF (Cost Insurance and Freight) <input type="checkbox"/> FOB (Free on Board) <input type="checkbox"/> CPT (Carriage paid to) <input type="checkbox"/> Other _____ At _____ as per ICC-Incoterms 2000	
45A: Description of Goods and/or Services (only a brief description)	only a brief description of the goods and/or services	
46A: Documents Required	<input type="checkbox"/> Tolerance in quantity of + _____ % / - _____ % is allowed	
Covering Multimodal Transport Covering seafreight	<input type="checkbox"/> Commercial Invoice Original(s) Copies <input type="checkbox"/> Packing List <input type="checkbox"/> Certificate of Origin issued and/or visaed by <input type="radio"/> Chamber of Commerce <input type="radio"/> Beneficiary Evidencing goods of _____ origin <input type="checkbox"/> Certificate of Origin Form A (GSP) Evidencing goods of _____ origin	
	<input type="checkbox"/> Full set of <input type="radio"/> Multimodal transport document <input type="radio"/> Other <input type="checkbox"/> Full set of <input type="radio"/> Marine Bill of Lading <input type="radio"/> Made out to order and blank endorsed <input type="radio"/> Made out to order of _____ <input type="radio"/> consigned to _____ <input type="checkbox"/> Notify _____ <input type="checkbox"/> Marked <input type="radio"/> Freight collect <input type="radio"/> Freight prepaid <input type="checkbox"/> Issued by _____	
Covering airfreight Covering inlandfreight	<input type="checkbox"/> Airwaybill (Original for shipper) <input type="checkbox"/> Forwarder's Certificate of Receipt (FCR) <input type="checkbox"/> International Road Waybill (CMR) <input type="checkbox"/> Duplicate Railwaybill <input type="checkbox"/> Courier Receipt consigned to _____ <input type="checkbox"/> Notify _____ <input type="checkbox"/> Marked <input type="radio"/> Freight collect <input type="radio"/> Freight prepaid <input type="checkbox"/> Issued by _____	
	<input type="checkbox"/> Insurance cover taken care by the applicant <input type="checkbox"/> Insurance policy or certificate covering _____ % of goods value and the following risks	
Other documents (further docs in the attachment)	<input type="checkbox"/>	
47A: Additional Conditions		
71B: Charges	<input type="checkbox"/> All commissions and charges for our account <input type="checkbox"/> All commissions and charges for Beneficiary's account <input type="checkbox"/> Your (Credit Suisse) charges for our account, foreign bank charges for beneficiary's account	
Field 48: Period for Presentation	<input type="checkbox"/> Documents to be presented within _____ <input type="radio"/> 21 days <input type="radio"/> Other: After the date of: <input type="radio"/> Transport document <input type="radio"/> Other:	
49: Confirmation Instructions	Correspondent bank to <input type="checkbox"/> Add their confirmation <input type="checkbox"/> Not to add their confirmation	
Other Conditions / Remarks (attachment if needed)		
72: Sender to Receiver Information	Documents to be sent to Credit Suisse as follows: <input type="checkbox"/> By courier service in <input type="radio"/> 1 lot <input type="radio"/> 2 lots <input type="checkbox"/> By registered mail in <input type="radio"/> 1 lot <input type="radio"/> 2 lots	
You are authorized to debit our account directly		
Place and date:	Stamp and Signature of the Applicant	

QEYDLƏR

A series of horizontal dotted lines for writing, spanning most of the page width.



ISBN 978-9952-452-42-6



Çapa imzalanmışdır 07.05.2013

Kağız formatı 60*84^{1/8}

Fiziki çap vərəqi 25. Sif. 41

Tiraj 300.

LETTERPRESS

NƏŞRİYYAT EVİ

“Letterpress” nəşriyyat evində çap olunmuşdur.

E-mail: office@letterpress.az