

Y.V.Vavilova, L.P.Borodulina

BEYNƏLXALQ TİCARƏT

dərs vəsaiti

Maliyyə, uçot və dünya iqtisadiyyatı sahəsində təhsil üzrə Rusiya TNİ tərəfindən ali təhsil müəssisələrinin «Dünya iqtisadiyyatı» ixtisası üzrə təhsil alan tələbələrə üçün dərs vəsaiti kimi buraxılmışdır.

Bakı – 2009

M ü ə l l i f l ər

k.t.e.n., prof. **Y.V.Vavilova** fəsil 4, 5, 7, 9-11; əlavə
q.e.n., prof. **L.P.Borodulina**, fəsil 1-3, 6-8; əlavə

Vavilova Y.V., Borodulina L.P. Beynəlxalq ticarət: dərs vəsaiti /
Rus dilindən tərcümə. Bakı: İqtisad Universiteti, 2009

ISBN 5-8297-0276-2

Dərs vəsaiti Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin «Beynəlxalq ticarət» kafedrasının əməkdaşları: dosent **Ə.Ə.Ələkbərov**, dosent **B.M.Musayev**, dosent **S.Q. Rəsulova**, i.e.n., baş müəllim **M.M.Həsənzadə** və i.e.n., baş müəllim **H.M.Əsgərov** tərəfindən tərcümə edilmişdir.

Tərcümənin redaktoru **Ə.Ə.Ələkbərov**

Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələri və onun dövlət və beynəlxalq səviyyədə rəqlamentariyası problemləri, dünya bazarının inkişafı tendensiya və perspektivləri, bazar qiymətinin əmələ gəlməsi mexanizmləri nəzərdən keçirilmişdir. Rusiyanın xarici ticarətinin dinamikasına, mal və coğrafi strukturuna xüsusi diqqət ayrılmışdır.

Tələbələrin müstəqil çalışmaları üçün nəzərdə tutulmuş və müzakirələr üçün vəziyyətlərdən, tapşırıq və testlərdən ibarət tapşırıqlar bloku praktiki istiqaməti daha da gücləndirir.

«Dünya iqtisadiyyatı» ixtisası və digər iqtisadi ixtisaslar üzrə təhsil alan tələbələr üçün

© «Гардарики», 2006

©Е.В.Вавилова, Л.П.Бородулина, 2006

© «İqtisad Universiteti», 2009

GİRİŞ

Qloballaşan dünya şəraitində ölkənin iqtisadi inkişafında dünya təsərrüfat əlaqələrində iştirak etmək daha böyük rol oynayır. Belə əlaqələrin əsas forması mallarla, xidmətlərlə, intellektual mülkiyyət hüququ ilə ticarəti birləşdirən beynəlxalq ticarətdir. Bununla, həmçinin, beynəlxalq informasiya, investisiya, elmi-texniki əməkdaşlıq, beynəlxalq istehsalın ixtisaslaşması və kooperasiya bağlıdır. Ona görə də, gələcək xarici iqtisadi əlaqələr üzrə iqtisadçıların hazırlanması, ümumilikdə, bütün ölkələrin xarici ticarətini – beynəlxalq ticarəti öyrənmədən mümkün deyil.

Vəsait beynəlxalq ticarətin, onun inkişaf meyilləri və perspektivləri, dövlət və beynəlxalq bazar qiymətlərinin əmələ gəlməsi haqqında tələbələrdə iqtisadi bilikləri formalaşdırmağa həvəs oyatmaqdan ibarətdir. Bundan başqa, Rusiya xarici ticarətinin xüsusiyyətlərinə, onun müasir dinamika, mal və coğrafi quruluşuna hərtərəfli baxılır.

Təcrübi istiqamətləndirməni gücləndirmək məqsədilə vəsaitdə vəziyyətin müzakirəsini əks etdirən özünə nəzarət üçün testlər statistik məlumatlarla sərbəst istiqamətləri üçün tələbələrə çoxlu tapşırıqlar verilmişdir.

Müasir rəqəm məlumatlarının təhlili tələbələrə imkan verir ki, özlərinin xüsusi nəticələrinə həmin materialları əlavə etsinlər və beləliklə də dərin və dərk edilmiş bilik alsınlar.

Dərs vəsaiti Rusiya Dövlət Ticarət-İqtisad Universiteti və onun Samara filialının «Beynəlxalq ticarət» kursunda hazırlanmışdır. Müəlliflər RDTİU-nin dünya iqtisadiyyatı və beynəlxalq ticarət kafedrası üzrə əməkdaşlarına deyilən qeydlərə və təkliflərə görə öz minnətdarlıqlarını bildirirlər.

I BÖLMƏ

BEYNƏLXALQ TİCARƏT: KONSEPTUAL ƏSASLARI, TƏKAMÜLÜN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

FƏSİL 1. BEYNƏLXALQ TİCARƏT NƏZƏRİYYƏLƏRİ

Beynəlxalq ticarət beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin tarixən ilk və ən inkişaf etmiş formasını özündə ehtiva edir. Onun ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatına təsiri müxtəlif formada olur. Bir tərəfdən o, iqtisadi prosesə imkan yaradır, digər tərəfdən isə o proqresi əhəmiyyətli dərəcədə ləngidə bilər, bu, əsasən, orta və aşağı iqtisadi inkişaf səviyyəsi olan ölkələrdə mümkündür. Belə ki, qabaqcıl ölkələrin ticarət ekspansiyası inkişaf etməkdə olan ölkələrin milli emaledici sənayesinin inkişafı və xalq təsərrüfatı komplekslərinin formalaşması üçün əngəl olmuşdur.

Xarici ticarət əlaqələrinin birtərəfli, primitiv başa düşülməsindən qaçmaq üçün, mövcud ticarət nəzəriyyələrinə baxmaq, ölkələrarası ticarətin mahiyyətini, səbəblərini, onun inkişafının müsbət və mənfi cəhətlərini anlamaq vacibdir. Ölkə, o cümlədən, ayrıca bir firma miqyasında aparılan ticarət siyasəti xarici siyasətin özündə daşdığı bütün müsbət meyillər üçün geniş imkanlar açmalıdır və onun milli iqtisadiyyata zərər vura biləcəyi hər bir tərkib hissəsinə sədd qoymalıdır.

Merkantilizm nəzəriyyəsi

Xarici ticarətə həsr olunmuş sistemətik tədqiqatlar ilk iqtisadi fikir məktəblərinin yaranması ilə mövcud olmuşdur. Böyük coğrafi kəşflər həm xarici ticarətin inkişafının, həm də təsir dairələrinin bölünməsi ilə müşayiət olunan yeni ərazilərin müstəmləkəyə çevrilməsini stimullaşdırırdı. Bu şəraitdə «merkantilizm» adı almış ilk iqtisadi nəzəriyyə meydana gəlmişdir. Hakimiyyətin praktik tələbatına yönəlmiş olan bu nəzəriyyə, xarici ticarət necə olmalıdır sualına cavab vermiş və ölkənin ekspansiyaya cəhdini əsaslandırmışdır. O zamanlar zənginlik pulla-qızılla cəniləşdirilirdi. XVI-XVIII əsrlərin əvvəlində iqtisadiyyatda hakim olan merkantilizm siyasəti qızılın çox olmasına istiqamətlənmişdir. Bu nəzəriyyəyə görə, malların ölkəyə idxalı, onun ixracından çox olmalı idi. Ticarətə dövlət monopoliyasını tətbiq edərək, ixracı məhdudlaşdıraraq, yerli istehsalçılara və eksportçu-ticarətçilərə kömək etməklə müsbət ticarət balansını əldə etmək vacib hesab edilirdi. Yəni xarici ticarət siyasəti proteksionizm xarakter daşımalı idi.

Merkantilizm siyasəti müstəmləkələrin və metropoliyalara münasibətlərinin əsasında durmuşdur. Müstəmləkələr metropoliyalardan xarici ticarətin qurulması üzrə tövsiyələrin reallaşması üçün istifadə edirdi. Bu, ilk növbədə bir çox malların müstəmləkələr üçün əlverişsiz şərtlərlə ixracı, ikinci növbədə isə metropoliyada əlavə gəlir əldə etməyə imkan verən ticarət balansının aktiv saldosunun əldə olunması yolu ilə həyata keçirilirdi. Bunun üçün müstəmləkə ticarəti monopoliya altına salınırdı və müstəmləkələrdə istehsalın inkişafı ləngidilirdi. Nəticədə müstəmləkələr xammal ixrac etməyə və ondan bəhə alan hazır məhsulları idxal etməyə məcbur olurdular.

Ticarətin merkantilizm nəzəriyyəsi əsasında nizamlanması müstəmləkələrdə narazılıq yaratmışdır və bu amil Şimali Amerikada müstəqillik uğrunda mübarizənin əsas səbəbi

olmuşdur. 1800-cü ildən sonra merkantilist fəlsəfənin təsiri azalır. Metropoliyalar artıq az hallarda öz müstəmləkələrinin sənaye potensialının inkişafının məhdudlaşdırılmasına qarşı tədbirlər görürdülər, onların xarici ticarətinin qarşısını isə təşkilatı və hüquqi vasitələrlə alırdılar. Baxmayaraq ki, merkantilizm keçmişdə qalmışdır, onun yaratdığı terminologiya hələ də qalırdı. Beləki, «aktiv ticarət balansı» (favorable balance of trade) ölkənin idxal etdiyindən çox ixrac etməsini göstərmək üçün istifadə olunur. Passiv ticarət balansı (unfavorable balance of trade) ticarət balansının defisiti deməkdir. Lakin məzmun cəhətdən onların mənası dəyişmişdir. Məsələn, «aktiv» (əlvərişli) sözü merkantilistlərdə gəlir, «passiv» (əlvərişsiz) sözü isə – zərər deməkdir. Lakin müasir şəraitdə ticarət balansının aktiv saldosauna sahib olmaq o qədər də vacib deyil. Əgər, ölkə müəyyən vaxt ərzində aktiv saldoya və ya aktiv ticarət balansına malik olursa, onda bu o deməkdir ki, alınan malların və xidmətin dəyəri onun ixrac dəyərindən azdır. Merkantilizm dövründə bu fərq qızıl hesabına ödənilirdi, bu gün o, defisit ödəmə balansı olan ölkəyə kreditin verilməsi ilə kompensasiya edilir. Əgər, kredit tamamilə ödənilmirsə, ölkə üçün aktiv ticarət balansı faktiki olaraq əlvərişsiz ola bilər.

Həmişə bir sosial və ya siyasi məqsədə nail olmaq üçün aktiv ticarət balansına sahib olmaq istəyən ölkələrin iqtisadi siyasətinə dair «neomerkantilizm» termini istifadə olunur. Məsələn, ölkə tələbatın diktə etdiyindən çox istehsal edərək və artığını xaricə ixrac edərək tam məşgulluğa nail olmaq istəyir və ya ölkə həmişə bir bölgəyə aldığından çox mal ixrac edərək orada siyasi təsirini saxlamaq niyyətindədir.

Bir çox ölkələr, merkantilistlərin məsləhətlərinə qulaq asaraq, öz milli istehsalını inkişaf etdirərək iqtisadi cəhətdən müstəqil olmağa çalışmışlar.

Absolyut üstünlüklər nəzəriyyəsi

XVIII əsrin ikinci yarısında merkantilist yanaşma yerini fritrederliyə verdi, bu istiqamət təsdiq edirdi ki, hər bir ölkə ayrılıqda və bütün ölkələr birlikdə azad ticarətdə maraqlıdırlar. İnsanlar lazım bildiyi kimi ticarət etməlidir. Azad ticarətin ideoloqları kimi ingilis iqtisadi fikrinin nümayəndələri A.Smit və D.Rikardo çıxışı etmişlər.

1776-cı ildə dərc edilmiş «Xalqların zənginliyinin təbiəti və səbəbləri haqqında tədqiqat» kitabında Smit, ilk növbədə, ölkənin zənginliyini qızıl ilə müəyyənləşir tezisini rədd edir, ikinci təsdiq edir ki, ticarəti məhdudlaşdırmaq lazım deyil. Ticarətin inkişafı üçün xüsusi və əldə edilmiş üstünlüklərin rolunu göstərərək o yazırdı:

«Hər bir ağıllı ailə başçısının əsas qaydası ondan ibarətdir ki, evdə digər bir yerdən alınandan daha da baha başa gələn əşyaları düzəltməyə çalışsın. Dərzi özünə çəkmə tikməyə çalışmır, onu çəkməçidən alır...

Hər bir ayrıca ailənin hərəkət tərzində məntiqə uyğun hərəkət, çətin ki bütün krallıq üçün ağilsız hərəkət olsun. Əgər, hər hansı bir yad ölkə bizi bizim istehsal edə biləcəyimiz qiymətdən ucuz qiymətə mal ilə təchiz edə bilərsə, onda onu bizim üstün olduğumuz sahədə öz istehsal əməyimiz gücünə düzəlt-diyimiz məhsulun bir hissəsinə almaq daha yaxşı olardı».¹

Şəxsi (təbii) üstünlüklərin sırasına Smit təbii-iqlim şəraitini və təbii resursları aid edir. Bir ölkənin iqlimi tropik bitkiləri, digərinin iqlimi isə buğda yetişdirməyə imkan verir. Beləliklə, təbii-iqlim şəraiti digər ölkə ilə ticarət üçün hansı kənd təsərrüfatı məhsulunu istehsal etmək, hansını isə idxal etmək lazım olduğunu diktə edə bilər.

¹ Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М.: Наука, 1962. с. 333

Faydalı qazıntılar və digər təbii resurslar da həmçinin planetdə qeyri-bərabər paylanıb, istehsal üçün lazım olan resursları olmayan ölkə onları idxal etmək məcburiyyətində qalır. Dünyada praktiki olaraq mineral resursları ilə zəngin olan elə bir ölkə yoxdur ki, uzun müddət ərzində dünyadan tədric olunmuş halda müstəqil yaşaya bilsin.

Əldə edilmiş üstünlüklər işçi qüvvəsinin təsnifatı, istehsalatın yeni texnika və texnologiyasının yaradılması kimi istehsal amillərinin inkişafı ilə bağlıdır. Bu, əsasən, istehsal texnologiyasında üstünlükdə özünü biruzə verir ki, bu müxtəlif və mürəkkəb məhsul istehsal etmək bacarığıdır. Məsələn, Danimarka xörək gümüşü ixrac edir, bu heç də ona görə deyil ki, bu ölkədə zəngin gümüş yataqları var, sadəcə bu Danimarka məmulatlarının yüksək keyfiyyətli istehsalına görədir. İstehsal texnologiyasında üstünlük, həmçinin, daha effektiv şəkildə eyni növ məhsul istehsal etmək imkanları ilə bağlıdır. Belə ki, Yaponiya polad ixrac edir, lakin eyni zamanda poladın hazırlanması üçün iki vacib komponenti-dəmir və kömürü idxal edir. Yaponiyanın uğurunun əsas səbəbi ondadır ki, onun poladtökmə zavodları əmək və xammala qənaət edən yüksək effektiv texnologiyalardan istifadə edir.

Smit sübut etmişdir ki, ölkənin real sərvəti onun vətəndaşları üçün əlçatan olan mal və xidmətləri istehsal etmək bacarığından asılıdır. Bunun üçün, ölkənin əsas məqsədi heç də qızılın əldə olunmasında deyil, əməyin bölünməsinə (ixtisaslaşma və kooperasiya), iqtisadi azadlığa arxalanan istehsalatın inkişafında və istehsalçılara öz fəaliyyət növünün şəxsən seçmək imkanı verilməsindən ibarətdir. Effektiv xarici ticarətin əsasında ölkənin sahib olduğu absolyut üstünlüklər dayanmalıdır.

Smit inanırdı ki, əgər ticarəti məhdudlaşdırmasalar, hər bir ölkə rəqabət üstünlüklərinə malik olan məhsulun istehsalında ixtisaslaşmağa başlayacaq, öz resurslarını isə gəlirli sahələrə yönəldəcəkdir. İxtisaslaşma əmək məhsuldarlığını yüksəldəcək, beləki: 1) işçi qüvvəsi yeni tapşırıqları yerinə

yətirərək daha da ixtisaslaşmış olacaq; 2) işçilər bir məhsul növündən digərinə keçməyə vaxt itirməyəcək; 3) bir növdən olan məhsulun uzun müddət istehsalı daha effektiv iş metodlarının aşkar olunmasını stimullaşdıracaqdır. Öz ixtisaslaşmış məhsulunun artığına, ölkə çoxlu miqdarda xarici mal alar, nəinki onu istehsal edir. Smit hesab edirdi ki, ölkəyə hansı məhsulun istehsalında ixtisaslaşmaq lazımdı sualına cavab verməyə bazar imkan yaradacaq, lakin bu halda ölkənin həm təbii, həm də əldə olunmuş üstünlüklərini nəzərə almaq lazımdır.

Nisbi üstünlüklər nəzəriyyəsi

A.Smitin fikirləri D.Rikardonun «Siyasi iqtisadiyyatın və vergiqoymanın əsasları» (1819) kitabında inkişaf etdirilmişdir. Burada o, ölkələrin qarşılıqlı ticarəti və beynəlxalq ixtisaslaşması haqqında ümumi prinsipi formalaşdırmış, azad ticarətin xeyrinə malik olmayan və ya əksinə, bütün malların istehsalında absolyut üstünlüklərə malik olan istənilən xalq üçün xarici ticarətin səmərəliliyini təsdiq edən misallar göstərmişdir.

O göstərmişdir ki, ticarət olmadıqda ölkələr arasında azacıq da olsa qiymət fərqləri qalırsa, onlardan hər biri nisbi üstünlüklərə malik olacaqdır, yəni o ölkədə həmişə məsarif xərclərinin nisbətində digər malların istehsalına nisbətən daha da sərfəli olan mal tapılacaqdır. Məhz bu malı ölkə ixrac edib əvəzinə digər mallar əldə etməlidir. Rikardo müqayisəli üstünlük qanununu açmışdır, bu nəzəriyyəyə müvafiq olaraq, hər bir ölkə absolyut üstünlüklərə malik olduğu və ya heç bir mal üzrə absolyut üstünlük olmadıqda ən az qeyri-üstünlük olan malların ixracında ixtisaslaşmalıdır. Məsələn, əgər İngiltərədə Portuqaliyaya nisbətən mahud, Portuqaliyada isə İngiltərəyə nisbətən şərab istehsal etmək ucuz başa gəlsə (əmək xərclərinə görə), onda İngiltərəyə mahudun istehsalında ixtisaslaşmaq və şərabı Portuqaliyadan ixrac etmək sərfəli olardı, baxma-

yaraq ki, Portuqaliyada mahud və şərabın istehsalının absolyut məsarifləri İngiltərədəkindən aşağıdır.

Miqdar	İngiltərə	Portuqaliya
n – mahud	100 – işçi - ilə	90 – işçi- il
m - şərab	120 – işçi - il	80 – işçi – il

n – mahudun istehsalı üçün İngiltərəyə ilə 100 işçi lazımdır. Bu mahud miqdarına ildə Portuqaliyadan 120 işçinin əməyini tələb edəcək m-şərab əldə etmək məqsədəuyğun olardı. Aydınır ki, İngiltərəyə Portuqaliyadan şərab alıb oraya mahud satmaq sərfəli olardı. Həmin malların istehsalına Portuqaliya müvafiq olaraq 90 və 80 işçinin əməyini sərf edir, bunun üçün ona mahudun yerinə şərab ixrac etmək sərfəli olardı. Bu modelə əsasən Portuqaliya hər iki malın istehsalında İngiltərə qarşısında absolyut üstünlüyə malik olur, lakin Portuqaliya şərabın istehsalında nisbi üstünlüyə malikdir, belə ki, onun istehsalı üçün İngiltərənin məsariflərinin 67 % $(80:120 \times 100)$, mahudun istehsalı üçün isə 90 % $(90:100 \times 100)$ tələb olunacaqdır. Bunun üçün Portuqaliyaya şərabı, İngiltərəyə isə mahudu istehsal edib ixrac etmək sərfəli olardı.

Beləliklə, absolyut və nisbi üstünlüklər nəzəriyyələri absolyut və nisbi məsariflər zamanı dövlətlərarası fərq olduğunda beynəlxalq ticarətin istiqamətlərini izah edir, əgər ölkə üstünlüyə malik olduğu malın istehsalında ixtisaslaşsınsa bu zaman istehsal həcmi necə yüksəltmək lazım olduğunu göstərir. Lakin nəzəriyyələr bu üstünlüyü daha da tez təmin edəcək məhsul növlərini göstərmir. Smit və Rikardo hesab edirdilər ki, azad bazar istehsalçılara elə mallar göstərəcək ki, onlar onu daha yüksək effektivliklə istehsal edəcək və faydasız istehsalatdan imtina etməyə imkan yaradacaqdır.

İstehsalat amilləri nəzəriyyələri

XIX əsrdə əmək dəyərinin klassik nəzəriyyəsi istehsalat amillərinin neoklassik nəzəriyyələrində inkişaf etməyə başlayır.

Xekşer – Olin nəzəriyyəsi

İstehsal amillərinin əlaqəsi nəzəriyyəsi beynəlxalq ticarət axınlarının istiqaməti və strukturu haqqında müasir təsəvvürlərin əsasını qoymaqla qismən məşhurluq qazanmışdır. Onun başlanğıc prinsipləri 1919-cu ildə İsveç iqtisadçı-neoklassiki E.Xekşer tərəfindən «Xarici ticarətin gəlirlərin paylanmasına təsiri» məqaləsində bildirmişdir. 14 il sonra Xekşerin tələbəsi B.Olin hər iki alimin adı ilə adlanmış yeni beynəlxalq ticarət nəzəriyyəsini yaradaraq öz müəlliminin ideyalarını inkişaf etdirmiş və ümumiləşdirmişdir.

Nisbi məsariflərdə ölkələrarası müxtəliflikləri Xekşer-Olin nəzəriyyəsi iki səbəblə: istehsalat amilləri (torpaq, sərmayə, əmək)¹ ilə nisbi təmin olunma və onların əlaqəsi ilə izah edir. Nəzəriyyənin mahiyyəti aşağıdakılardan ibarətdir: öz istehsalı üçün müəyyən xərc (istehsalın artıq faktoru amilləri) və ya əksinə, az miqdarda xərc (defisit mallar) tələb edən mallar, əks tənasübdə amillərin istifadəsi ilə istehsal olunan malların əvəzinə ixrac olunmalıdır. Bu yolla gizli şəkildə artıq mallar ixrac olunur, defisit mallar isə idxal olunur.²

Artıq amillər altında onların sayı yox, onların ölkəyə nisbi paylanması başa düşülür. Əgər əmək resursları torpaq, sərmayə kimi resurslara nisbətən artıqlıq təşkil edirsə, onda

¹ E.Xekşer və B.Olin üç istehsalat amili qeyd edirlər: əmək, sərmayə və torpaq. Lakin öz nəzəriyyələrində onlar yalnız əmək və sərmayəni qeyd edirlər. Beləliklə, bir mallar əməktutumlu,ləri isə sərmayə tutumludurlar.

² Bax. Ohlin B. *İnterregional And International Trade*. Harvard University Press, 1993

əməyə olan xərclər daha aşağı, sərmayə xərcləri və torpağın, onların qiyməti torpağın və sərmayənin qiymətinə nisbətən daha yüksək olacaqdır. İstehsalat amillərinin qiyməti ölkələri nisbətən artıq olan və buna görə daha da ucuz olan istehsalat faktorları istifadə olunan malların istehsalının və ixracının yüksəlməsinə səvq edir.

Ölkənin çoxlu istehsal amillərinə sahib olması o deməkdir ki, amilin özünün və onun iştirakı ilə yaranan məhsulun qiyməti digər ölkələrdəkinə nisbətən aşağıdır. Beləliklə, istehsalatda daha ucuz amilin istifadəsi ölkəyə nisbi üstünlüklər əldə etməyə imkan verir, bunlar da onun xarici siyasətinin strukturunu və istiqamətini müəyyənləşdirir.

Xekşer-Olin nəzəriyyəsi klassiklərin nisbi üstünlüklər haqqında ideyalarını ardıcıl olaraq inkişaf etdirir, sonuncuların səbəbini ölkənin istehsalat amilləri ilə müxtəlif nisbi paylanmaya sahib olmasında axtarır. Göstərilən nəzəriyyə abstrakt xarakter daşıyır, lakin bu ona məşhur olmağa maneə törətmir. Nəzəriyyə böyük miqdarda statistik materiallar üzərində aparılan bir çox empirik yoxlamaya məruz qalmışdır. Bu yoxlamalar, bir tərəfdən nəzəriyyənin özünün, digər tərəfdən isə prinsipial yeni, alternativ nəzəriyyələrin inkişafını stimullaşdırdı.

Xekşer-Olin – Samuelson teoremi

Xekşer-Olin nəzəriyyəsinin əsas müddəaları riyazi şəkildə amerikalı iqtisadçı P.Samuelson tərəfindən təsdiq edilmişdir. Onun tərəfindən işlənmiş riyazi model istehsal amillərinə qiymətlərin bərabərləşdirilməsi teoremi və ya Xekşer-Olin-Samuelson teoremi adını almışdır. Ticarətdə iştirak edən malların qiymətlərinin dəyişməsi istehsal amillərinin qiymətlərinin dəyişməsinə necə təsir göstərir? Samuelson makroiqtisadi tarazlığa təsir edən amilləri aşkar edib təsdiq etmişdir ki, beynəlxalq ticarət alver edən ölkələrdə eyni mənşəli istehsalat amillərinin absolyut və nisbi qiymətlərinin

bərabərləşməsinə gətirib çıxardır. Eyni zamanda, onun modeli bəzi ölkələrdəki amillərin absolyut göstəricilərini nəzərə almır, bu da sərmayəyə olan gəlirlərin miqdarını təhrif edir. Bunun üçün beynəlxalq ticarət praktiki olaraq istehsalat amillərinə qiymətlərin bərabərləşməsinə təmin edə bilmir. Qeyd olunmuş çatışmazlıqlar Xekşer-Olin-Samuelson teoreminin iqtisadi inkişafın tabe olduğu ümumi bərabərlik prinsipinin olmasını təsdiq edən dünya iqtisadiyyatının təhlilinin aləti kimi əhəmiyyətini azaltmır.¹

Rıbçinski teoremi

İstehsal amillərinin qeyri-bərabər təklif olunması nəticələrini tədqiq edərək ingilis iqtisadçısı T.Rıbçinski belə bir nəticəyə gəlmişdir ki, digərinin sabit olduğu bir vaxtda istehsalat amillərindən birinin qabaqlayan inkişafı onun intensiv istifadə olunduğu sektorda malların buraxılmasına səbəb olur. İqtisadiyyatın digər sektorlarında dəyişməz dünya qiymətlərində malların istehsalatının ixtisarı baş verir. «Qiyməti aşağı düşmüş» amilin intensiv istifadə sektoru iqtisadiyyatın digər sahələrindən istehsalatın Mobil amillərini «özünə cəlb edir».

Dəyişməz qiymətlər və iqtisadiyyatda yalnız iki sahə olduqda birinci sahədə intensiv istifadə olunan istehsalat amillərindən birinə tələbatın artması, digər sahədə malların buraxılmasının ixtisarına gətirib çıxarması teoremini Rıbçinski nəinki təsdiq etmişdir, həmçinin, bu hadisənin xarici ticarət üçün mümkün nəticələrini tədqiq etmişdir. Rıbçinskinin Teoremi dəfələrlə təcrübə vasitəsi ilə təsdiq edilmişdir. Hamıya «Holland xəstəliyi» kimi tanış olan Hollandiyanın sənayesinin yenidən qurulması xrestomatiya nümunəsi olmuşdur. Hollandiya tərəfindən Şimal dənizində təbii qaz yataqlarının işlənməsinin aktivləşdirilməsi, bu sahədə olan daha yüksək gəlir və

¹ См.: Киреев А.П. Международная экономика. М.: Международные отношения. 2000.

maaş, digər sahələrdə olan resursların bu sahəyə istiqamətlənməsinə gətirib çıxarmışdır.

Beləliklə, beynəlxalq ticarət ilə nəinki müsbət, həm də mənfi nəticələr bağlıdır. Bu hal ölkələrin xarici ticarət siyasətində iki tendensiyanın – azad ticarətin (liberallaşdırma) və proteksionizmin olmasını izah edir.

«Leontyev paratoksu»

Məşhur Amerika iqtisadçısı V.Leontyev 1950-ci ildə Xekşer-Olin nəzəriyyəsinin nəticələrinin düzgünlüyünü və ABŞ-da sərmayə kimi amilin bol olması haqqında fikirlərin həqiqətə uyğun olmasını yoxlamaq qərarına gəldi. Bunun üçün o, bir sıra sahədə sərmayənin və məşğulluğun, həmçinin, onların mallarında olan sərmayənin və əməyin hesablamasını aparmışdır.

Sahələrarası balansın köməyi ilə həyata keçirilmiş hesablamaların analizi göstərmişdir ki, ABŞ-da 1947-ci ildə sərmayənin nisbi üstünlüyü zamanı onlar digər ölkələrə sərmayə tutumlu mallar əvəzinə əməktutumlu mallar satırdı. Leontyev paradoksu adlanan bu hadisəni nəticəsiz olaraq tələbatın strukturu, ticarət baryerləri, amil intensivliyinin dönməsi ilə izah etməyə çalışmışdır. Onu modula peşəkarlaşmış peşəkarlaşmamış əmək, sərmayə və torpaq kimi amillər daxil etməyə imkan verən ideya kimi başa düşməyə imkan vermişdir. Bu dörd amilin nəzərə alınması ilə aparılmış çoxsaylı tədqiqatlar:

- Xekşer-Olin nəzəriyyəsinin düzgünlüyünü;
- uzunmüddətli müharibədən sonrakı müddət ərzində «Leontyev paradoksunun» olmasını təsdiq etmişdir.

Yüksək peşəkarlığa malik işçi qüvvəsinin nisbi bolluğu peşəkar əmək lazım olan malların ixracına gətirib çıxardır. Peşəkarlaşmamış işçi qüvvəsinin bolluğu istehsalı yüksək peşəkarlıq tələb etməyən malların ixracına imkan yaradır. Yeni yanaşma aşkar etmişdir ki, ABŞ üçün artıq istehsal amili sərmayədən çox, elmi-texniki kadrlardan asılıdır. «Para-

doks»un həll edilməsi nəticəsində Xekşer-Olin nəzəriyyəsi¹ həm ABŞ-ın müharibədən sonrakı dövrdə ixracının əmək-tutumluluğunu, həm də təbii resursları bol olan inkişaf edən ölkələrin sərmayətutumlu ixracını, həmçinin, idxalın məhdudlaşdırılmasına və istehsalın defisit amillərinə nisbətən istifadə olunan sahə məhsullarının idxalına dair yeni nəticələr əldə olunmuşdur².

Beynəlxalq ticarətin müasir nəzəriyyələri

Elm tutumlu yüksək texnologiyalı sahələrin inkişafı ilə əlaqədar olaraq, dünya ticarəti strukturunda baş verən keyfiyyət dəyişiklikləri neotexnoloji istiqamətli nəzəriyyələrin yaradılmasına (modellərin) gətirib çıxardı. Onlardan bəziləri bir-birini tamamladığı halda, digəri yanaşma və məzmun etibarilə bir-birindən kifayət qədər fərqlənirlər.

İqtisadi düşüncənin neotexnoloji istiqaməti, ilk növbədə kapitalın, torpağın, əməyin məhsuldarlığını artırmaqla yanaşı, müəyyən mənada bu amillərdən hər hansı birini genişləndirə bilən elmi-texniki irəliləyişin (ETİ) nailiyyətləri ilə əlaqədardır. Beləliklə, yeni texnologiya hər bir işçinin əmək məhsuldarlığını ikiqat artıraraq mahiyyət etibarilə, tətbiq edildiyi sahədə əmək amilinin özünün artmasına gətirib çıxarır. Bu cür vəziyyətdə ölkənin ixtisaslaşması əldə edilmiş olan və izafi istehsal amillərini istifadə etməklə yanaşı, həm də öz mülahizəsinə görə, onları yaratmağa imkan verən üstünlüklərə tərəf yerdəyişmə edərək təbii üstünlüklərdən asılılığa son qoyur. Buna müvafiq olaraq, yerli istehsal metodları ticarətin strukturu və istiqamətinə təsir edə bilər. ETİ-nin xarici ticarətə təsirinin öyrənilməsi xarici ticarəti istehsal amillərinin müqayisəli

¹ Вах: Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей. М., 1992

² Təbii ehtiyatlar istehsalat proseslərində yalnız iri kapitala (hasil sənayesi sahələri) assosiasiyada iştirak edə bilirlər. Bu da inkişaf etməkdə olan ölkələrdən ixracın kapital tutumu ilə izah olunur.

üstünlükləri və onların qarşılıqlı nisbəti ilə əlaqələndirən nəzəriyyələri şübhə altına qoydu.

Miqyas effekti nəzəriyyəsi

Ticarətlə məşğul olan əsas ölkələrin istehsal amillərinin oxşar nisbətlərdə istehsal amillərinə malik olması şərtilə, bir və eyni sahələr daxilində ticarətin həcmnin artımı elmi iqtisadi dairələrdə belə bir fikir formalaşdırmışdır ki, baş verən dəyişikliklər klassik nəzəriyyələr və Xekşer-Olin nəzəriyyələri ilə bir araya gəlmir. Onların tənqid və rədd edilməsi şəraitində 1980-ci illərin əvvəllərində azalan xərclər nəzəriyyəsi və ya başqa sözlə desək, miqyas effekti yarandı.

Amerikalı alimlər P.Kruqman və K.Lankaster belə bir ehtimal irəli sürdülər ki, inkişaf etmiş ölkələr eyni nisbətlərdə istehsal amillərinə sahib olduqlarına görə, onlar arasındakı ticarət yalnız o halda məna verir ki, ixtisaslaşma istehsalda kütləvi istehsal effektinin olması ilə səciyyələnən sahələrdə malların istehsalı üzrə olsun. Bu halda istehsal miqyasının artımı ilə bəhəm, onun müəyyən təşkili və texnologiyası şəraitində malın istehsalı üzrə uzunmüddətli orta xərclər azalmağa və onun qiyməti aşağı düşməyə başlayacaq ki, bunun da nəticəsində, istehsalın miqyası ilə şərtlənən iqtisadiyyat yaranacaq.

Miqyasın effektiv nəzəriyyəsi ölkələr arasında texnoloji baxımdan yaxın və yekcins məhsulun ticarəti mümkünliyünü izah edir. Kütləvi istehsal effektini həyata keçirmək üçün tutumlu bazarın olması zəruridir. Beynəlxalq ticarət inteqrasiya edilmiş, ayrıca götürülmüş hər hansı ölkənin bazarından daha böyük bazarın formalaşdırılmasına imkan verir və istehlakçı bunun sayəsində daha aşağı qiymətlərlə çox mal almaq imkanı qazanır. Miqyas effektinin mənfi nəticələrinə istehsalın təmərküzləşməsi və firmaların inhisarçılara çevrilərək labüd şəkildə aparılan rəqabətin pozulması və bazarların strukturunun dəyişməsinə gətirib-çıxaracaq böyüməsi pro-

sesini aid etmək olar. Bazarlar ya eyni məhsullarla sahələrarası ticarətin üstünlük təşkil etdiyi oliqopolist və yaxud da diferensiasiyalı mallarla inkişaf etmiş sahədaxili ticarətin üstünlük təşkil etdiyi monopolist bazarlara çevrilir. Sonuncu halda beynəlxalq ticarət artan şəkildə nəhəng beynəlxalq firmaların, milli korporasiyaların əlində cəmləşir. Nəticədə, istiqamətləri tək müqayisəli üstünlükləri və ya istehsal amillərinin qarşılıqlı nisbəti ilə yox, korporasiyanın strateji məqsədləri ilə müəyyən edilən firmadaxili ticarətin həcmi artır.

Məhsulun həyat dövrüünü nəzəriyyəsi

1960-cı illərin ortalarında Amerikalı iqtisadçı R.Vernon malın həyat mərhələləri əsasında hazır məmulatlarla dünya ticarətinin inkişafını izah edən məhsulun həyat dövrü nəzəriyyəsini təklif etdi (product life cycle, PLC). Beynəlxalq əmək bölgüsünün real vəziyyətini əks etdirildiyinə görə bu nəzəriyyə böyük maraq doğurdu. Bu nəzəriyyəyə görə, ayrı-ayrı mal növləri eynilə insan kimi, həyat tsikllərindən keçir: yaranma (ixtira), artım, yetkinlik, tənəzzül.

Yeni *məhsulun yaranması* (ixtira), bir qayda olaraq, ölkənin daxili bazarında tələbat olduqda baş verir. Hazırlanmış malın emalı üçün qabaqcıl avadanlıqlar və yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi tələb edilir. Onun istehsalı ilkin olaraq kiçik seriyalı xarakter daşıyır və adətən, sənaye baxımından inkişaf etmiş ölkələrdə olur. Sonuncuların nəticələri məlum olmayan araşdırmalar zamanı vasitələrlə risk etməyə imkan verən yüksək gəlirliliyi; rəqabət, tələbkər alıcıları; alimlərin və yüksək ixtisaslı kadrların olması bununla izah olunur.

Malların yaranması mərhələsi ərzində satışlar daxili bazarda aparılsa da malların bir hissəsi yeni məhsul haqqında eşidilmiş və onu əldə etməyə cəhd edən xaricə ixrac edilir. Bir qayda olaraq, bunlar analoji bazar seqmentlərinə malik olan ölkələrdədir.

İlkin mərhələdə istehsal prosesi çox əməktutumlu olur, mal hələ standartlaşdırılmamışdır və istehsal prosesi məmurların diktə etdiyi mal xarakteristikasına sürətli dəyişikliklərin edilməsinə imkan verir ki, bu da əmək xərclərini artırır. İlkin əmək tutumuna təsir edən vacib amillərdən biri istehsal prosesinin texnologiyası və xüsusilə də, prinsipial texnologiyadan gec işlənilib-hazırlanan iri seriyalı istehsal üçün zəruri olan əsas avadanlıqdır. Böyük miqdarda mal partiyasını istehsal etmək gücündə olan avadanlığın yaradılması üçün stimullaşdırıcı artırım mərhələsində bürüzə verir. Yeni malın satışlarının artımı rəqabət aparanlar üçün hərəkət signalı verir. Patent müdafiəsini dəf etmək üçün mala cüzi dəyişikliklər edərək rəqabətçilər istehsalı xaricdə başlamağa başlaya bilərlər. İstehsalçı ölkə ixracatı artırırsa da yerli malın artıq satıldığı bəzi mühüm ixracat bazarlarının itkisi ilə üzləşir.

Bəzi ölkələrdə artımın və digərlərində azalmanın olmasına baxmayaraq *yətkinlik mərhələsində* dünya tələbatı bərabərləşir. Malın modelləri aydın şəkildə standartlaşdırıldığına, dəyərin isə vacib rəqabət silahına çevrildiyinə görə, həmin vaxtadək ilkin istehsalçılar çox vaxt sıxışdırılıb çıxarılır. İri seriyalı istehsal xarici müəssisələr üçün də müyəssər olur və onlar da öz növbəsində, mal vahidinin maya dəyərini aşağı salır. Maya dəyərinin daha az olması inkişaf etməkdə olan ölkələrdə satış artırmağa imkan verir. Bazarların genişləndirilməsi və texnologiyaların yayılması ilə əlaqədar olaraq yeniliklər tətbiq edən ölkə istehsal üstünlüklərindən məhrum olur. Faktiki olaraq ucuz işçi qüvvəsindən standartlaşdırılmış (kapital tutumlu) iş prosesində səmərəli istifadə edən ölkələrdən müəssisələrin inkişaf etməkdə olan ölkələrə yerdəyişməsinə imkan verən stimullar mövcuddur.

Enmə mərhələsinə keçidə mütənəsib olaraq, mala tələbat, xüsusilə də, inkişaf etmiş ölkələrdə azalır. Bazar və dəyər amilləri istehsalı inkişaf etməkdə olan ölkələrə köçməyə məcbur edir, yeniliklər ölkəsi isə xalis idxalçıya çevrilir.

Malın həyat tsikli modeli bir çox sahələr üçün mövcud olsa da, qısa həyat tsikli olan ölkələrə də rast gəlinir. Məsələn, bir çox elektron cihazların mənəvi cəhətdən köhnəlməsi o qədər sürətlə gedir ki, onları dünya miqyasında inkişafını genişləndirmək mənasızdır. Həyat tsikli mərhələsindən asılı olmayaraq, yüksək nəqliyyat xərcləri olan malların ixrac edilməsi də məqsədəuyğun deyil. Malın həyat tsiklinə TMK-ların praktika funksiyası da uyğun gəlmir. Malın növündən asılı olmayaraq, TMK-lar yeni malları yerli və xarici bazara demək olar ki, eyni vaxtda təqdim edir. Daxili bazarların tələbatını, sadəcə, nəzərə almaq əvəzinə şirkətlər milli sərhədləri keçən bazar segmentlərinə xidmət etmək üçün mal və xidmətlər hazırlayırlar və bu halda onlar malın bir ölkədən digərinə yerdəyişməsi zamanı mövcud olması ehtimal edilən qabaqlama və geri-qalmaları istisna edir. Bundan əlavə, TMK-lar xaricdəki bazarların artımına cavab kimi yox, get-gedə daha çox istehsalda qənaət hesabına üstünlük əldə etmək üçün xaricdə istehsal edirlər. Məsələn, «Zinger» şirkəti Braziliyanın özündə satmaq üçün yox, ixracat bazarlarında satmaq üçün Braziliyada bəzi tikis məşinləri modelləri buraxır. Bu cür nümunələr çoxdur.

Ölkələrin bənzərliyi nəzəriyyəsi

Dünya təcrübəsində yüksək gəlirlərin eyni səviyyəsinə malik ölkələr arasında ticarətin həcmnin və xüsusi çəkisinin daimiliyinə dayanıqlı meyil formalaşmışdır və ölkələr arasında fərqlərin xüsusi ayırd edildiyi ənənəvi ticarət nəzəriyyələri ilə üst-üstə düşmür. Bu tendensiyanı izah etmək cəhdləri ölkələr bənzərliyi nəzəriyyəsini doğurmuşdur (country-similarity theory). Sənaye baxımından inkişaf etmiş üstünlüyün rolunun artması ilə əlaqədardır (istehsalın yeni mal texnologiyasına əsasən). Ölkələrin bənzərliyi nəzəriyyəsi israr edir ki, daxili bazarın tələbatına cavab olaraq yeni malı işləyib-hazırlayaraq yeni istehsalçı öz ölkəsinin bazarları ilə daha çox oxşar olan bazarlara yönəlir. Başqa sözlə desək, inkişaf etmiş sənaye

ölkələrinin istehsalçıları yüksək keyfiyyətli və bahalı mallara üstünlük verdikləri halda gəlirlərin səviyyəsinin aşağı olduğu ölkələrin istehlakçıları az alacaqlar.

İnkişaf etmiş ölkələrdə tələbatın xarakteristikaları bənzər olsa da əldə edilmiş üstünlüklərin təmin edilməsi üçün aparılan ixtisaslaşma sahələri fərqlənə bilər. Məsələn, ingilislər müəyyən dövr biokimya və tətbiqi mühəndis işləri sahəsində, almanlar sintetik materiallar kimyasında, fransızlar farmakologiya sahəsində liderlik etmişlər. Xərclərin elmi tədqiqatlar və təcrübi-konstruktor işlərinə ayrılmasında da kifayət qədər fərqlər mövcuddur. Bundan əlavə, fəal rəqabətin olduğu həmin yerli sahələr yenilikləri daha tez tətbiq edəcək və beynəlxalq səviyyədə üstünlükləri daha çox inkişaf etdirəcəklər.

Rəqabət üstünlükləri nəzəriyyəsi

1991-ci ildə M.Porterin «Ölkələrin rəqabət üstünlükləri» (The Comparative Advantage of Nations)¹ adlanan və beynəlxalq ticarət problemlərinə tamamilə yeni yanaşmalarla fərqlənən ensiklopedik tədqiqatları işıq üzü gördü. Porter belə bir yanaşmadan çıxış edirdi ki, beynəlxalq bazarda ölkələr yox, firmalar rəqabət aparır və bu prosesdə ölkənin rolunu izah etmək üçün firmanın rəqabət üstünlüyünü necə yaratdığını və saxladığını anlamaq lazımdır. Analiz gedişatında müəllif belə bir nəticəyə gəlmişdir ki, firmanın rəqabət üstünlükləri seçilmiş rəqabət strategiyasından və onun rəqabət üstünlükləri faktorlarından asılıdır. Firmanın rəqabət strategiyasının seçilməsi iki məqamla müəyyən edilir:

- sahənin strukturu ilə əlaqədar rəqabətin xüsusiyyətləri;
- firmanın sahədə mövqeyi.

¹ Rusiyada kitab 1993-cü ildə «Международная конкуренция» adı altında dərc edilmişdir

Sahə üzrə rəqabətə firmanın qiymət siyasəti, onun xərcləri və kapital qoyuluşlarına təsir edən beş qüvvə təsir göstərir:

- yeni rəqiblərin meydana gəlməsi;
- mal və ya xidmət-əvəzləyicilərinin meydana çıxması;
- tədarükçülərin sövdələşmək qabiliyyəti;
- artıq mövcud olan rəqiblər arasında rəqabət.

Sahədə firmanın mövqeyi rəqiblərdə olduğundan daha çox üstünlüklər verən rəqabət üstünlüklərilə şərtlənir. Fırmanın mövqeyinə təsir edən vacib amil kimi rəqabət sferası və ya firmanın sahə daxilində oriyentasiya etdiyi məqsədin genişliyidir. Sahələr seqmentlərə ayrıldığına görə, firma öz məqsədlərinin diapazonunu seçərək geniş spektr üzrə rəqabət aparmaq və ya bazarın hər hansı bir sektoruna diqqət yetirməyi müəyyən etməlidir. Porter firmanın sahə üzrə mövqelərini müəyyən edərkən tətbiq edilən əsas model strategiyalarını misal gətirir (şəkil 1).

Rəqabət mübarizəsində mövqelərin davamlılığı və xərclərin rəqiblərdən daha aşağı səviyyəsi və yaxud da istehsal edilən malın diferensiasiyası ilə təmin edilir (keyfiyyətin yüksəldilməsi, yeni istehlak xüsusiyyətləri olan malların istehsalı, satışsonrası xidmət imkanlarının genişləndirilməsi və s.)

		Rəqabət üstünlüyü	
		Az xərclər	Diferensiallaşdırma
Rəqabət sahəsi	Geniş məqsəd	Xərclərə qənaət hesabına liderlik	Diferensiallaşdırma
	Məhdud məqsəd	Diqqətin xərclər üzərində cəmləşdirilməsi	Fokus diferensiallaşdırma

Şəkil 1. Firmanın nümunə strategiyaları

Seçilmiş rəqabət strategiyasından asılı olaraq aşağıdakılar müəyyən edilir: 1) firmanın ilkin (istehsal, satış, çatdırma və mala xidmət göstərilməsi) və ikinci fəaliyyət (istehsal kom-

ponentləri, texnologiyalar, əmək resursları ilə təminat və s.);
2) firmanın bütün dəyərlərinin zənciri.

Firma rəqabət üstünlüklərini işin aparılma texnologiyaları, üsul və metodlarını təkmilləşdirdiyi halda qazanır. Beynəlxalq rəqabəti analiz edərək Porter qlobal strategiya zamanı rəqabət üstünlüklərinə nail olmaq və istifadə etməyin iki növünü ayırd etdi:

- fəaliyyət konfigurasiyası (ayrı-ayrı fəaliyyət növlərinin onların xüsusiyyətlərindən istifadə etmək məqsədilə ayrı-ayrı ölkələrdə yerləşdirilməsi);

- filialların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi (məlumat mübadiləsi, vəzifə bölgüsü, söylərin razılaşdırılması).

Dünya bazarında nailiyyət firmanın düzgün seçilmiş rəqabət strategiyasının ölkənin rəqabət üstünlükləri ilə optimal uzlaşdırılması ilə təmin edilir. Sonuncular dörd determinantla müəyyən edilir (şəkil 2) [bax. Porter]

1. Amillərin parametrləri-amillərin olması, iyerarxiyaları və yenilərinin yaradılması. Bu amillər aşağıdakı növlərə ayrılır: əsas (Porter onların sırasına irsi təbii amilləri aid edir), inkişaf etmi-ümumi və ixtisaslaşmış¹.

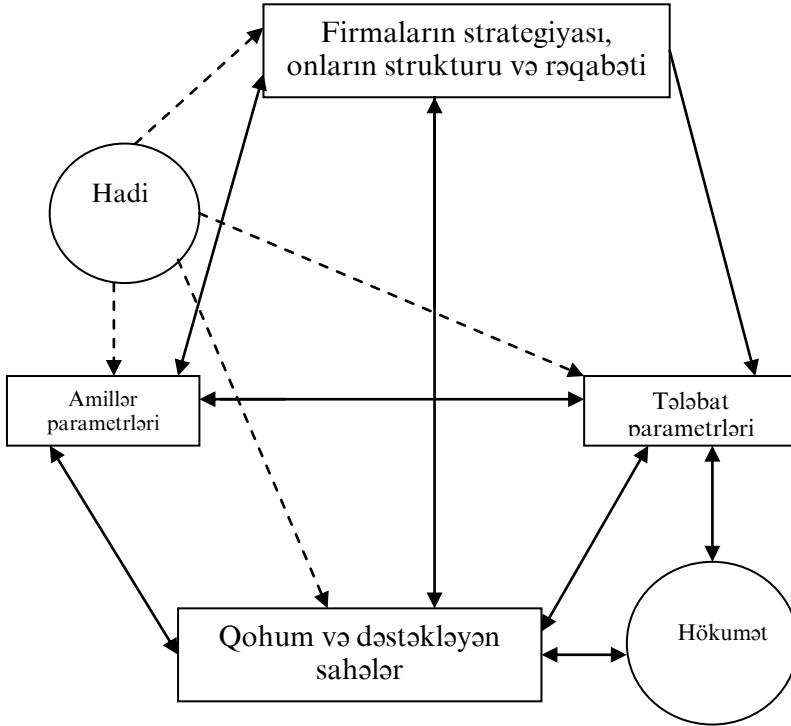
2. Daxili bazarda sahə üzrə mallara tələbat parametrləri. Tələbat miqyasın effektivə təsir edir, yeniliklərin tətbiq edilməsinin xarakter və sürətini müəyyən edir, malın keyfiyyətinin yüksəldilməsini stimullaşdırır və ölkələri xarici bazara çıxmağa təhrik edir.

3. Ölkədə xarici bazarlarda rəqabətdə davamlı, bahalı resurslara sürətli çıxışı təmin edən yeniliklər prosesinə dəstək göstərən sahələrin, habelə qarşılıqlı tamamlayan malları istehsal edən qarışıq sahələrin olması. Bu sahələr texnologiyalar,

¹ Porter istehsal amillərinin təsnifatını verir. Onun fikrinə görə, inkişaf etmiş, ölkə tərəfindən yaradılan ixtisaslaşdırılmış amillər, yəni elmi-texniki biliklər, yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi, maliyyə, pul ehtiyatları və infrastruktur əsas rol oynayır.

marketing sahəsində qarşılıqlı təsirdə olmaq və məlumat mübadiləsi aparmaq imkanı verir.

4.Nəhayət, sahənin rəqabətə davamlılığı firmanın yara-
dılması və idarə edilməsi xüsusiyyətlərini və daxili bazarda
rəqabətin xarakterini müəyyən edən milli xüsusiyyətlərdən
asılıdır.



Şəkil 2. Ölkənin rəqabət üstünlüyü determinantları

Determinantlar sisteminin təsiri rəqabətə davamlı milli sahələrin qeyri-bərabər bölgüsünə gətirib çıxarır və bir növ qarşılıqlı asılı olan sahələrdən ibarət özlərdə birləşirlər.

Porter hadisəyə xüsusi əhəmiyyət verir. İstənilən təsadüfi hadisə yeni ixtira və ya böhran şəraitində qiymətlərin sıçrayışla artması; valyuta kursunun dəyişməsi və ya tələbatın

kəskin artması, hökumətin siyasi qərarı və ya müharibə firmanın rəqabət üstünlüyünə təsir edə bilər.

Porterin rəyinə görə, ölkə o sahələrdə və ya seqmentlərdə üstünlük qazmaq şansına malik olacaq ki, rəqabət üstünlüyünün hər dörd determinantı ən əlverişli xarakterə malikdir. Onlar hər bir determinantın bütün qalanlara təsir etdiyi sistemlər – milli «romb» lar yaradır. Bu prosesdə vacib rol dövlətə məxsusdur: məqsədyönlü siyasət aparmaqla onlar istehsal amillərinin parametrlərinə, daxili tələbata və «romb» un digər tərkib hissələrinə təsir edir.

Beləliklə, ticarət nəzəriyyələri dünya ticarətinin necə qurulmasına, cəmi mal üzrə xərclərin ölkədən-ölkəyə nə üçün fərqləndiyinə, ticarətdə hansı dəyişikliklərin baş verdiyinə və s. zah etməyə imkan verir.

Beynəlxalq ticarətin müasir nəzəriyyələri klassik vəziyyətlərin prinsiplərini inkişaf etdirir və ya beynəlxalq ticarətin klassik nəzəriyyələrlə izah edilməyən tərəflərini öyrənir. Nəzəri istiqamətlərin hər iki qrupu beynəlxalq nəzəriyyəni, əsas etibarilə, təklif nöqtəyi-nəzərindən araşdırır.

Nəzəriyyələrin bir qrupu da var – beynəlxalq ticarətə öz izahını təklif edən alternativ qrup (miqyas effekti, malın həyat tsikli, ölkələrin bənzərliyi nəzəriyyəsi və s.).

Bu nəzəriyyələrlə tanış olarkən biz aşkar etdik ki, onların çoxu gəlir və xərcləri ölkə səviyyəsində nəzərdən keçirdiyi hallarda ticarətə dair qərarlar firma səviyyəsində qəbul edilir. Beynəlxalq ticarət problemlərinə firma səviyyəsində tamamilə yeni yanaşma Porterin hal-hazırda mövcud olan yeganə tədqiqatında müzakirə edilir.

Beynəlxalq ticarət nəzəriyyəsinin müxtəlifliyi və aktuallığına baxmayaraq qeyd etmək lazımdır ki, onlardan heç biri müasir ticarətin mövcud olan bütün real növləri və inkişaf meyillərini izah etmir.

FƏSİL 2. BEYNƏLXALQ TİCARƏT VƏ ONUN İNKİŞAFI

Dünya təsərrüfatı əlaqələri sistemində beynəlxalq ticarət

Beynəlxalq ticarət – beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin (BİM) ilk və ən inkişaf etmiş forması olmaqla, milli dövlətlərin formalaşdığı dövrdə meydana gəlmişdir. Onun inkişafına ən güclü təkanı mal istehsalı şəraitində maşın istehsalı və beynəlxalq əmək bölgüsü vermişdir.

Daim dərinləşərək və təkmilləşərək BƏB beynəlxalq ticarət üçün hədsiz imkanlar açır. Sənaye istehsalının və onun ayrı-ayrı sahələrinin ETİ şəraitində inkişaf özünəməxsusluqları istehsal güclərinin bütün elementlərinin keyfiyyət baxımından dəyişməsinə, dünya mal axınlarının coğrafiyası və mal strukturunda irəliləyişlərə gətirib çıxarır, milli iqtisadiyyatların dünya bazarından asılılığını gücləndirir və beynəlxalq ticarətin forma və istiqamətlərinin müxtəlifliyini doğurur. Öz növbəsində, beynəlxalq ticarətdə iştirak milli təkrar istehsal prosesinin intensivləşməsi və ixtisaslaşmasının dərinləşməsinə kömək edir. Kütləvi istehsal imkanı yaranır, avadanlıqların yüklənmə dərəcəsi, yeni texnika və texnologiyaların tətbiqinin effektivliyi artır. İxracın artması məşğulluğun artmasına gətirib çıxarır. İqtisadçıların qiymətləndirmələrinə görə, sənaye mallarının ixracının ÜDM-in 1 % nisbətində artımı sənaye sektorunda ümumi məşğulluğu 0,62 – 0,78 % artırır¹. Bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün (xüsusən Asiya) ixracat – sənayeləşmə prosesinin və iqtisadi artımın sürətləndirilməsinin vacib tərkib hissəsidir. İxracatın artımı təbii resurslar və işçi qüvvəsi səfərbər etmək və daha səmərəli istifadə etməyə imkan

¹ Bax.: UNCTAD Trade And Development Report 1996. N.Y. Part 5.

verir və bu da öz növbəsində əmək məhsuldarlığının və gəlirlərin artmasına kömək edir.

Beynəlxalq ticarətin XXI əsrin əvvəllərində dinamik inkişafı elmi-texniki tərəqqinin və mal ixracı ilə sıx əlaqədar olan kapitalın ixracının güclü təsiri ilə şərtlənir. İqtisadiyyatın qloballaşması ayrı-ayrı ölkələrin bazarlarının daim «artmasına» gətirib çıxarır. Bu proses daha intensiv və əyani şəkildə malların hərəkət yolunda ölkələr arasında sədləri azaldan və ya tamamilə aradan qaldıran müxtəlif beynəlxalq qruplaşmalar çərçivəsində cərəyan edir. TMK hesabına mal və xidmətlərin reallaşdırılması, maliyyə vasitələrinin köçürülməsi üçün kompyuter sistemlərinin imkanlarından daha geniş istifadə edilir. Beynəlxalq ticarətin yeni təşkilatı – elektron forması meydana çıxmışdır.

Beynəlxalq ticarətin inkişafında özəl daxili bazarları formalaşdıran TMK-ların fəaliyyəti də ciddi təsir göstərir. Bu cür bazarlar çərçivəsində konyunktura, mal axınlarının istiqaməti, mal qiymətləri və bazarların özünün ümumi strategiyası müəyyən edilir. Beynəlxalq ticarətdə iqtisadi maraqları heç də həmişə üst-üstə düşməyən çox sayda subyektlər iştirak etdiyinə görə, beynəlxalq satışlar ümumilikdə, kəskin rəqabətlə səciyyələnir. Beynəlxalq mal axınları böyük miqyas əldə edir və dünyanın bütün regionlarını əhatə edir. Beynəlxalq ticarət əvvəlki kimi onlar arasında mərkəzi mövqedə olur və beynəlxalq ticarət iştirakçılarının maraqları məhz bu sahədə gerçəkləşir.

Milli iqtisadi sistemlərin açıqlığı və ya əksinə, bağlılığı təsərrüfat subyektlərinə, milli iqtisadiyyatın vəziyyətinə və əhalinin gəlirlərinin səviyyəsinə əks təsir göstərir. Bu gün dünyanın istər böyük və istərsə də kiçik olan heç bir ölkəsi tənzimlənmiş xarici iqtisadi, hər şeydən əvvəl isə, xarici ticarət əlaqələri olmadan uğurla inkişaf edə bilməz. Təcrübə göstərir ki, iqtisadi inkişafın tempinin ən yüksək olduğu ölkələr xarici ticarətin, xüsusən də ixracatın sürətlə genişləndiyi ölkələr olmuşdur (Almaniya 1950-1960-cı illərdə, Yaponiya 1970-1980-ci

illərdə, Asiyanın yeni sənaye ölkələri 1990-cı illərdə). Dünya bazarında rəqabət sənaye müəssisələrini öz təşkilati-texniki fəaliyyətlərini daim təkmilləşdirmək, buraxılan malların keyfiyyətini yüksəltməyə vadar edir ki, əmək məhsuldarlığına və milli iqtisadiyyatın effektivliyinə bu da təsir edir.

Xarici ticarətin, həcmnin artması, milli iqtisadiyyatda ixracat və idxalatın rolunun böyüməsi, dünya təsərrüfatında iqtisadi tsiklin sinxronlaşdırılmasına kömək edir. Xarici ticarət ölkələrin təsərrüfat komplekslərinin qarşılıqlı əlaqəsini və qarşılıqlı asılılığını gücləndirir. Dünya bazarının hər hansı iri iştirakçısının iqtisadi funksiyasının pozulması labüd şəkildə başqa ölkələrin iqtisadiyyatlarına da təsir edir.

Beləliklə, beynəlxalq ticarətin dünya təsərrüfatındakı rolunu qiymətləndirməmək olmaz. Birincisi, o BİT kimi formaların, valyuta-maliyyə və kredit-pul münasibətlərinin əmələ gəlməsinə kömək edir. İkincisi, onun köməyi ilə kapital ixracı, istehsal ixtisaslaşması və kooperasiya, elmi-texniki əməkdaşlıq və s. gerçəkləşir. Üçüncüsü beynəlxalq və dövlətlərarası əlaqələrin dərinləşməsinə dəstək verməklə, beynəlxalq ticarət iqtisadi integrasiya üçün ilkin şərtlər hazırlayır. Xarici ticarətin milli biznes üçün əhəmiyyəti də böyükdür. İxracat gəlir normasının düşməsinə mane olur və bazarın tutumluluq problemini həll edir. Bu, xüsusən də, kiçik ölkələr üçün vacibdir, çünki onlar xarici ticarətdən iri ölkələrdən daha çox asılıdır. Bu asılılığın səbəblərindən biri ondan ibarətdir ki, istehsal prosesinin texnologiyası firmaya öz ölkəsində tələbatı artıran yalnız «çoxtirajlı» məhsulun rentabelli buraxılmasına imkan verir. Məsələn, yerli bazarın həcmnin kiçik olduğu İsveçin «Volvo» şirkətinin ixracat tələbatı ABŞ kimi bazarı olan «Ceneral motors» dan kifayət qədər böyükdür.

Xarici alıcıların sayının çox olması daxili bazarda bir sıra müştərilərin itirilməsi və ya ticarət şərtlərinin pisləşməsi zamanı istehsalçıyı zəiflədir. Satışları öz ölkəsindən kənara çıxararaq istehsalçı müxtəlif ölkələrdə işgüzar fəallıq tsikli fərqli olduğuna, eyni malların həyat tsiklinin müxtəlif mərhə-

lələrində olduqlarına görə tələbatda dəyişmələri minimuma endirə bilər.

Xarici ticarət istehsalda xərclərin azaldılmasına kömək edir. Şirkətlər öz xərclərini 20-30 % azalda bildiyi halda mal buraxılışı ikiqat artır. Təcrübənin toplanma əyrisi (experience curve) adlanan bu hal bir sıra amillərlə əlaqədardır: daha böyük mal həcmi istehsal hesabına şərti-daimi xərclərin qarşılınması; materialların kütləvi şəkildə alınması və böyük partiyalarla daşınması. Ona görə də buradan aydın olur ki, bazarın lideri öz rəqibləri qarşısında istehsal xərclərini azaltmağa münasibətdə üstünlük əldə edir.

Xarici ticarət biznesin gəlirliliyini artırır. Xarici və yerli bazarlarda malın həyat tsikli mərhələsi ilə şərtlənən rəqabət mühitinin vəziyyətindən asılı olaraq istehsalçı bir və eyni məhsulu daxili bazarda olduğundan daha böyük gəlirlə xaricdə sata bilər. Malın ölkə daxilində yetkinlik mərhələsində olması daxili qiymətlərin aşağı salınmasına gətirib çıxardığı halda, onun xaricdə artım mərhələsində olması qiymətlərin aşağı salınmasını tələb etmir. Gəlirliliyin yüksəldilməsi həm də ölkə daxilində və xaricdə ona təsir edən dövlət tədbirlərinin müxtəlifliyi ilə əlaqədar baş verə bilər (məsələn, gəlirlərə vergi qoyulması və ya qiymətlərin tənzimlənməsində fərqlər).

Xarici ticarət istehsalın effektiv təşkilinə kömək edir. Çünki elm və istehsalda nailiyyətlərin, yeni texnologiyaların mübadiləsi baş verir, o, rəqabəti stimullaşdırır və inhisarı məhdudlaşdırır. Daxili bazarlarda xarici firmaların keyfiyyətli malların olması milli istehsalçıları az xərcli texnologiyalara keçid etməyə, texniki yenilikləri ixtira və tətbiq etməyə və s. məcbur edir. Bunun nəticəsində məhsul ucuzlaşır və milli malların keyfiyyəti yüksəlir.

Ticarətdə iştiraka stimulu tək ixracatçı yox, həm də əgər firma daha ucuz və ya yüksək keyfiyyətli xammal, komplektləşdiricilər, hazır məmulatlar axtarırsa onları öz müəssisələrində istifadə etmək istəyirsə yaranır. Və ya öz çeşidini xaricdə işlənilib-hazırlanmış yeni mallarla genişləndirmək istəyirsə. Bu

ixracatçılarla satışa daha çox mal təklif etmək, idxalçıya-öz ticarət-paylayıcı şəbəkəsinin izafi güclərindən istifadə etmək imkanı verir.

Əgər, beynəlxalq mal, material və komplektləşdirici tədarükləri istehsal xərclərini aşağı salarsa və ya hazır məmulatların keyfiyyətini yüksəldərsə, tədarük edən şirkət idxal edilən hazır məmulatlar tərəfindən rəqabətə daha güclü müqavimət göstərəcək və ya ixrac bazarlarında daha effektiv rəqabət apara bilər. Qlobal rəqabətə misal olaraq xərclərin azalmasının subpodratçılardan, o cümlədən, də xarici subpodratçılardan asılı olduğu avtomobil sənayesini misal göstərmək olar.

İxracatçı kimi idxalçı da öz əməliyyat risklərini paylaya bilər. Tədarükçü dairəsini genişləndirməklə firma yeganə tədarükçünün diktəsindən və ya taleyindən daha az asılı olur. Belə ki, ABŞ-da bir sıra iri istehlakçılar, o cümlədən avtomobil sənayesi Avropa və yapon tədarükçülərini cəlb etməklə, polad alqısını diversifikasiya etdilər. Bu strategiya yerli polad istehsalçılarının tətıl etməsi halında Amerikanın avtomobil sənayesinin təchizatında çatışmazlıq riskini azaltmaqla yanaşı, ölkənin poladtökmə sənayesində problemləri artırdı.¹

Beləliklə, xarici ticarət bir sıra amillərin təsiri altında inkişaf edir. Ticarətin özü də güclü iqtisadi artım amili rolunu oynayır. Onun köməkliyi ilə ölkələr öz resurslarının istehsal qabiliyyətini, effektivliyini və həm də, milli gəlirlərini artırır.

Beynəlxalq əmək bölgüsü və ticarətin inkişafı

Beynəlxalq əmək bölgüsü (BƏB) – beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin mahiyyətini, məzmununu ifadə edən, ictimai əmək bölgüsünün inkişafının ən yüksək səviyyəsi olan, ən vacib baza kateqoriyasıdır.

¹ Вах. Дениэль Дж.Д., Радеба Л.Х. Международный бизнес. М.: Дело, 1994

İctimai əmək bölgüsü (İƏB) – bu əmək fəaliyyətinin diferensiasiyası olub, onun müxtəlif növlərinin ayırd edilməsi və birgə mövcudluğuna gətirib çıxarır.¹

İƏB-nin çox qədim tarixi var. Birinci ən böyük ayrılma maldar tayfalarının əksinçiliklə məşğul olan tayfalardan ayrılması nəticəsində əmələ gəlmişdir, ikincisi, sənətkarlığın əkinçilikdən ayrılması ilə əlaqədardır ki, bu da şəhərin kənddən ayrılmasına gətirib çıxarmışdır və mahiyyət etibarilə, natural təsərrüfatı əvəzləyən mal istehsalının başlanğıcını göstərirdi. Mal mübadiləsinin inkişafı əməyin üçüncü böyük bölgüsünə, ticarətin müstəqil fəaliyyət növü kimi ayrılması və sələmçiliyin yaranmasına səbəb olmuşdur. Manufakturaların yayılması (XVI-XVII əsrlərin ortaları) mal istehsalının miqyasının yayılması və əmək məhsuldarlığının artımına kömək etdi və bu da, öz növbəsində, satış problemini doğuran bazarın sürətlə təchiz edilməsinə dəstək verdi. İstehsal xarici alıcıya oriyentasiya etməyə başlayır və xarici ticarət yaranır.²

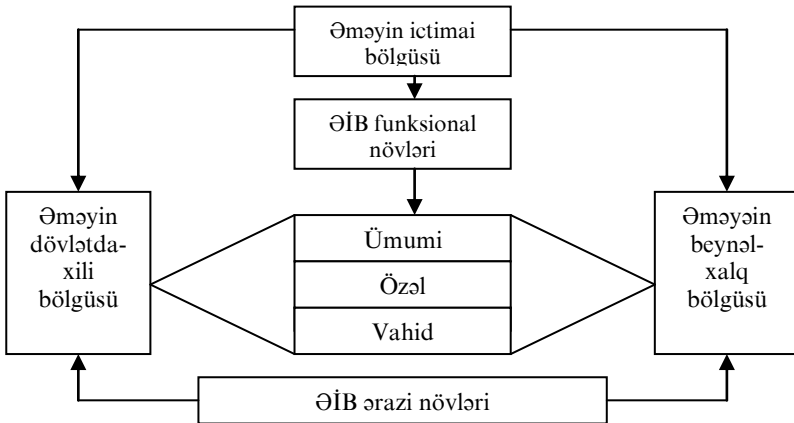
Böyük coğrafi kəşflər xarici ticarətin inkişafına güclü impuls verdi. Malların daha da artan şəkildə yeni torpaqlara daşınması şəraitində sənət-manufaktura bazası bazar tələblərinə cavab vermir və XVIII əsrin sonlarında tələbatın təsiri altında iri maşın istehsalı yaranır. Öz təbiəti etibarilə, bu ölkələrin qeyri-bərabər paya malik olduğu xammal, material, yanacağa olan tələbatın dayanıqlı artımı şəraitində tutumlu bazarların olmasını tələb edən kütləvi iriseriyalı fabrik-zavod sənayesidir.

Bu halda, ikicinsli obyektiv ziddiyyətlər yaranır: birincisi, istehsalın əhalinin artan tələbatını qarşılamaqla daxili bazarın kiçik tutumu arasında. İkincisi, ictimai istehsalın resurslara artan tələbatı arasında, sonralar isə, istehsal amil-

¹ Вах. Новая экономическая энциклопедия. М.: Инфра – М, 2005

² Tacirlərin apardığı ticarət, o cümlədən, xarici ticarət bəşəriyyətə qədim dövrlərdən məlumdur. Lakin uzun müddət ərzində ticarət ictimai istehsalın inkişafına təsir göstərməmişdir.

ləri (əmək, kapital) və resursların paylanmasının aşağı səviyyəsi arasında. Bu ziddiyyətləri həll etmək zərurəti ölkələri malların xarici alıcısına və istehsalın inkişafı üçün zəruri olan xarici resurs alıcısına oriyentasiya etməyə məcbur edir. Beynəlxalq əmək bölgüsü (international division of labor) – BƏB mərhələsi yaranır. Bu zaman ayrı-ayrı mal və xidmətlərin istehsalı ayrı-ayrı ölkələrə konsentrasiya etməklə, ticarət yolu ilə dünyanın bir çox ölkələrinin tələbatlarının ödənilməsinə xidmət edir. BƏB bazarda istehsalçıların rəqabətli mübarizəsi şəraitində formalaşır. Bir tərəfdən o, mal axınlarının təsiri altında təşəkkül tapır və beynəlxalq ticarətin nəticəsi kimi çıxış edir. BƏB ixtisaslaşma və kooperasiyanı nəzərdə tutur və ölkədaxili əmək bölgüsü kimi eyni funksional növlər qismində çıxış edir (şəkil 3).



Şəkil 3. İctimai əmək bölgüsünün qarşılıqlı növləri

Əmək bölgüsünün aşağıdakı funksional növləri var:

- ümumi əmək bölgüsü – material və qeyri-material istehsal (sənaye, kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, rabitə və s.).¹ Ümumi əmək bölgüsü bütün sənaye sahələrinin digər ölkənin kənd təsərrüfatının bütün sahələrinin mallarına mübadilə edilməsi anlamına gəlmir. Bu halda, mübadilə verilmiş ölkənin yalnız bir yarım bölməsinin sənayesi arasında mümkündür. Məsələn, traktor istehsalı ilə digər ölkənin kənd təsərrüfatının bir bölməsi deyək ki, bitkiçilik arasında mübadilə;

- özəl əmək bölgüsü – sahələr və yarım sahələr üzrə iri sektorlar daxilində (ağır və yüngül sənaye, heyvandarlıq və əkinçilik, habelə sahələr daxilində, məsələn: ağır sənaye daxilində neftçixarma, metallurgiya və avtomobilqayırma).

Özəl sahələrarası əmək bölgüsündə üzv ölkələrin sayı müxtəlif ola bilər;

- vahid sahədaxili əmək bölgüsü – verilmiş ölkənin (ölkə-daxili) və ya müxtəlif ölkələrin (beynəlxalq) müəssisələrinin ayrı-ayrı malların, o cümlədən komplektləşdiricilər, aqreqatlar, qovşaqların istehsalı üzrə ixtisaslaşması. Məsələn, traktorqayırma. Ölkələr arasında vahid (sahədaxili) əmək bölgüsü müxtəlif traktor növlərinin mübadiləsi (təker, tırtıl), o cümlədən onların ehtiyat hissələri, qovşaq və aqreqatlarının mübadiləsi. BƏB-in hesabına ticarətə münasibətdə çox sayda ölkə cəlb olunur. Bir tərəfdən, bu, mövcud olan və ya verilmiş tarixi an üçün artan şəxsi və istehsal tələbatlarının təmin edilməsi üçün verilmiş tarixi an üçün artan şəxsi və istehsal tələbatlarının təmin edilməsi üçün milli resursların rəşional sərf edilməsinə kömək edir. Digər tərəfdən isə, ölkələr arasında dayanıqlı ticari-iqtisadi əlaqələrin yaranması ilə müşahidə olunur. Bu şəraitdə xarici ticarətin rolu kifayət qədər artır. Mal istehsalçıları arasında iqtisadi əlaqə formasından o, milli

¹ Bəzi tədqiqatçılar onu ictimai və beynəlxalq əmək bölgüsünün növləriarası forması adlandırırlar. Вах. Семенов К.А. Принципы развития международного разделения труда. М., 1996

ictimai istehsalı bərpa etmək üçün zəruri olan tərkib elementinə çevrilir.

BƏB-in funksional növlərinin, xüsusən də, vahid (sahədaxili) növünün inkişafı maşın və avadanlıqların standartlaşdırılması və unifikasiyası şəraitində beynəlxalq sənaye kooperasiyasının əmələ gəlməsinə səbəb olur. Kooperasiya müəssisələrinə aralıq məhsullar (ehtiyat hissələri, qovşaqlar, aqreqlər) – daha mürəkkəb məmulatların, məsələn, maşınlar sistemi üçün maşının tərkib hissəsi olan aralıq məhsullarının istehsalını, sonra isə həmin məmulatlarla mübadiləni nəzərdə tutur. Kooperasiya nəticəsində istehsalın özünün beynəlmilləşməsi baş verir, yaradılan və dünya mal dövriyyəsinə daxil olan mal isə, mahiyyət etibarilə, beynəlmillə olur. Kooperativ əlaqələrin genişləndirilməsi ticarətin həcmnin beynəlmillə mal hesabına artmasına kömək edir. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının genişlənməsi bir sıra obyektiv iqtisadi səbəblərlə əlaqədardır. Birincisi, istehsalı böyük maliyyə xərcləri tələb edən yeni mal buraxılışının kapital tutumunun artması tendensiyası yaranmışdır. BMT-nin Avropa iqtisadi komissiyasının verdiyi məlumata görə, kooperasiya bazarında qovşaq və ehtiyat hissələri ilə mübadiləyə dair beynəlxalq müqavilələr şəxsi qüvvələrlə təşkil edilməklə müqayisədə məmulatların yeni növlərinin istehsalının tənzimlənməsi müddətlərini iki il azaldır və istehsalın mənimsənilmə dəyərini 50-70 % ucuzlaşdırır.¹ Xarici texnologiyanın öz qüvvəsi ilə bu göstəricini yalnız 70-80% təmin etdiyi halda, kooperasiya hesabına xarici tərəfdaşın malının keyfiyyəti 90 % çox təmin edilir.² Bu, onunla şərtlənir ki, beynəlxalq kooperasiya istehsal resurslarından kompleksli, uzunmüddətli və mobil istifadə imkanlarını geniş-

¹ Bax: National Accounts Statistics: Analysis of Main Aggregates. 1985. N.Y., 1988. Part 3. United Nations.

² Bax: Герчикова И.Н. Международные производственные и научно-технические связи капиталистических фирм. М., 1982.

ləndirir. Bu halda texniki və idarəetmə resursların müəssər olması hesabına qənaət olunur.

İkincisi, beynəlxalq kooperasiyada iştirak istehsal xərclərinin kifayət qədər azalması ilə özəl, o cümlədən, ixrac məhsulunun həcmi nəzərə cəpacaq səviyyədə artırmağa imkan verir. Müasir iri korporasiyalar ehtiyat hissələri, qovşaqları və aqreqatları tədarükçü firmalardan almağa, ixracat üçün nəzərdə tutulmuş hazır məhsulları isə öz müəssisələrində həyata keçirməyə üstünlük verirlər.

Subpodratçılar qismində digər müəssisələrin hazır məhsullarının istehsalı üçün zəruri olan natamam komponentlərin hazırlanması sahəsində ixtisaslaşmış həm kiçik, orta və həm də böyük müəssisələr çıxış edir. Məsələn, İngiltərədə «Lukas indastriz», «Smit» «Danlo-Pirelli», «Bermid» və «Otomotiv prodakts» kimi güclü ixtisaslaşmış firmalar avtomobil və digər şirkətlərin komplektləyici məmulatlarının böyük hissəsinin daşınmasına nəzarət edir. Bunlar arasında ən böyüyü olan «Lukas indastriz» İngiltərədə 90 müəssisəyə və xaricdə 42 müəssisəyə malikdir. Vətəndə o, «Britiş Leyland», Amerika TMK-nın qız şirkətləri olan «Ceneral motors», «Ford», «Kraysler», «İnterneşnl xarvester» və Kanada firması «Messi-Ferqüsson»u hissələr, qovşaqlar və aqreqatlarla təchiz edir. «Lukas» Qərbi Avropa firmalarına ya İngiltərədəki zavodlardan və yaxud da müvafiq ölkələrdəki qohum şirkətlərdən komplektləşdirici məmulatlar satır. O, «Fiat», «Folksvaqen», «Mercedes Bens», «Adam Opel», «Reno», «Pejo», «Sitroen», «Volvo», «Saab», «Daf» və digər firmalarla beynəlxalq kooperasiya əlaqələrinə malikdir.

Komplektləşdiricilərin daşınmasında tərnsmilli Korporasiyaların özləri də ixtisaslaşır. Belə ki, kooperasiya əsasında «Ceneral motors» podşipniklər, «Ford» dirsəkli valların, «Lokxid» elektrik detalların, «Rolls roys» sənaye baxımından inkişaf etmiş aviaşirkətlərin istismar etdiyi mülki təyyarələr parkının 50% təchiz edildiyi aviamühərriklərin istehsalı üzrə ixtisaslaşmışlar. Bəzən TMK-lar yığım istehsalını metropo-

liyalardan xaricə köçürür ki, bu da onlara bir sıra üstünlüklər qazandırır: hissələrə ayrılmış maşın yığılmış halda olduğundan daha ucuz başa gəldiyinə görə, nəqliyyat xərclərində qənaət, yığılmış maşınlar və komponentlər kompleks dəsti üzrə idxal rüsumlarında olan fərq hesabına öz ixracatının rəqabətədavamlılığının artırılması. Beynəlxalq sənaye korporasiyasının yüksək iqtisadi gəlirliliyi həm onun geniş yayılmasına, həm də ölkələrin xarici ticarətində komplektləşdiricilərin payının artmasına kömək etdi. XX əsrin son üç onilliyi ərzində sənaye baxımından inkişaf etmiş ölkələrin maşınqayırma məhsulları ilə xarici ticarətdə qovşaq və ehtiyat hissələrinin payı ildə iki-üç dəfə artırdı və hal-hazırda 1960-cı ildəki 20 %-ə qarşı 40 % təşkil edir.

Üçüncüsü, beynəlxalq kooperasiya bir ölkənin həyata keçirmək gücündə olmadığı dünya və milli əhəmiyyətli iri iqtisadi layihələri gerçəkləşdirməyə imkan verir.¹

Nəhayət, ölkələrin xarici ticarət siyasəti də kooperasiyanı zəruri edir. Belə ki, yüksək gömrük rüsumlarının tətbiqi, bəzi hallarda isə hazır maşınların gətirilməsinə birbaşa qadağa komplektləşdiricilərin bu maşınların istehlakçıları olan ölkələr daxilində ixracının artmasına və hazır məhsulun təşkilinə kömək etdi.

BƏB funksional növlərinin inkişafı, özəl (sahədaxili), sonra isə vahid (qovşaq və texnoloji) beynəlxalq əmək bölgüsünün milli sərhədlərdən kənara çıxması ilə əlaqədar olan beynəlxalq ixtisaslaşmanın dərinləşməsi XX əsrdən indiyə qədər də saxlanılmaqda olan bir sıra maraqlı tendensiyaalar doğurdu.

1970-ci illərin sonlarında beynəlxalq əmək bölgüsünün xarakteri prinsipə fərqlənmirdi: xarici ticarət dövryyəsinə tək hazır məhsul yox, həm də onun hazırlanması üçün get-

¹ Kosmosun öyrənilməsi və kosmik tədqiqatlar, Süveyş kanalının və ya La-Manş altından dəmir yolu tunelinin inşası – bütün bunlar beynəlxalq sənaye kooperasiyasının nümunələridir.

gədə daha çox bütöv mal spekləri qoşulmağa başladı. Elmi-texniki və istehsal-sərmayə kooperasiyası inkişaf edir. Transmilli korporasiya (TMK) kimi təsərrüfat subyektlərinin əhəmiyyəti artır. Satış bazarları formalaşır, beynəlxalq kreditin miqyası genişlənir, işçi qüvvəsinin və elmi kadrların yüksək ixtisaslı beynəlxalq səfərbərliyi artır.

Nəticədə mal və xidmətlərin sərhədləri yeni – firmalararası (korporasiyalararası) səviyyəyə yerdəyişmə edir. «Beynəlxalq əmək bölgüsü» termini mürəkkəbləşir.

BƏB, ənənəvi olaraq, bir tərəfdən istehsal vahidləri kimi millətlər arasında və digər tərəfdən – onların hədlərindən kənara çıxmasalar da dövlət sərhədlərini adlayıb keçən transmilli korporasiyalar daxilində istehsal öhdəliklərinin paylanması prosesini əks etdirir.

TMK-larla nəzarət edilən və müxtəlif regionlarda mövcud olan milli-texniki potensial onların dünya təsərrüfat əlaqələrinin inkişafında mühüm rol oynayır. O, beynəlxalq yeni mübadilə sferasında və istehsalın kooperasiya olunmasında dəyişməyə, istehsalın ancaq yeni yaranmış bazarlar üçün hesablanmış yeni məhsul növlərinin yaradılmasına köməklik edir. Beləliklə, onun miqyasını genişləndirməklə dünya ticarətinə yeni ölkələr cəlb edilir. İstehsalda irəliləyişlər ictimai əmək bölgüsünün modifikasiya olunması və dərinləşməsi, malın öz forması, o cümlədən dünya mal dövriyyəsinin maddi-mal quruluşunun tez-tez dəyişməsi, ixtisaslaşma, yeni meyillərin baş verməsi və digər faktorlarla müşayiət edilir.

Məlumdur ki, *mal* iqtisadiyyatın vəziyyətini, elmi-texniki inqilabın vəziyyətini əks etdirən tədaviül kateqoriyasıdır. Bu proses gizli formada gedir və hərdənbir qəflətən bütöv maşınlar və avadanlıqlar nəslinin məhvinə gətirib çıxarır. Belə ki, idarəetmə sistemlərinin mənəvi baxımdan köhnəlməsi ən vacib sənaye sahələrində maşın parkının effektivliyini aşağı salır. Bazar onun həcmi və potensial istehlakçıları bilmədən, mal hələ istehsal xəttindən düşməmiş malın dövr etməsi məhv olur. Struktur və ekoloji böhranlar, həmçinin, malın həyata

davamlılığını son həddə kimi sıxa bilər. Bu zaman ETİ malın prinsipə yeni forma və növlərinin yaradılmasına imkan verir ki, bu da dünya ticarətinin mal-maddi strukturunun məzmununu əsaslı dəyişir.

Dünya mal dövriyyəsinin tarixi baxımdan birinci forması, mal-maddi strukturunun əsası kimi vahid mal¹ çıxış edir. Mal istehsalının inkişafı, ictimai tələbatların mürəkkəbləşməsi və diferensiasiyası və ixtisaslaşmanın dərinləşməsi ilə bəhəm vahid malın nomenklaturası və növ müxtəlifliyi artdı. Bununla belə, müasir mərhələdə onun yayılma zonası daralır. Mal kütləsi daxilində keyfiyyət baxımından yeni formalar əmələ gəlmişdir: mal-qrupu, mal-obyekti (müəssisə), mal-proqram. Dünya bazarlarında həm istehlak, həm də istehsal təyinatının yaranması bir sıra amillərlə bağlıdır: BƏB və elmin istehsal amilinə, elmi-texniki biliklərin dəyişməsi, elmi-texniki biliklərin diferensiasiyası, yeni sahələrin yaranması, istehsalın təşkilati strukturlarının dəyişməsi (ünsiyyət subyektlərinin) və s.

Bir tərəfdən beynəlxalq ixtisaslaşmanın maşın və avadanlıqların inkişafı və dərinləşməsi mal-qrupu üçün baza rolunu oynayır. Digər tərəfdən, onun yayılmasının miqyas və istiqamətinin göstəricisinə çevrilir. Belə ki, 1970-ci ilin ortalarında dünya maşınqayırması məmulatlarının nomenklaturasını ikiqat artırdı və müxtəlif təyinatlı 600 min əsas maşın və avadanlıq növ və ölçülərinə malik oldu. Ayrı-ayrı ölkələrin maşınqayırma müəssisələrinin məmulatlarının nomenklaturası: ABŞ-da 250-300 min, Böyük Britaniya və Almaniyada təqribən 100 min, Yaponiya və İtaliyada 60-100 min əsas maşın və avadanlıq buraxılır. Bu intensiv genişlənən beynəlxalq modifikasiyalı, amma demək olar ki, yekcins maşınqayırma məhsulunun yaranmasını doğurdu və nəticədə bir çox dünya bazarları qrup çeşidli mal bazarlarına çevrildi.

Mal qrupunun inkişafı iki istiqamət üzrə gedirdi. Birincisi, malın növ çeşidinin artımı, istehlakçı xassələrinin

¹ Vahid mal – eyni adda mal

mürəkkəbləşməsi, qrupların çeşidinin yaradılması bir və ya bir neçə aparıcı xarakteristikaları üzrə tip ölçü, texniki parametrlər, keyfiyyət, işlənmə, rəng – fərqlənən bir adda malın bir sıra analoqlarının konstruktiv və texnoloji baxımdan yekcins məmulatlarının geniş qamması.

İkinci istiqamət malın ixracat üçün komplekt daşımalarda birləşməsi. Əvvəlcə, vahid istehsal malları mexaniki qruplaşdırıldı. Sonralar isə, mal istehsalçılarının məqsədyönlü siyasəti nəticəsində komplekt texnoloji avadanlıqlar istehsal edən bütöv sənaye sahələri təşəkkül tapmağa başladı (müxtəlif növdən olan məhsullar üçün texnoloji xətlər).

Bir tərəfdən mal kütləsinin diferensiasiyası, digər tərəfdən onun qrup çeşidi və komplekt çatdırma mallarına çevrilməsi üçün əsas: 1) beynəlxalq ixtisaslaşma və koperasiyanın dərinləşməsi; 2) beynəlxalq mübadilə tərəfdaşlarının hərəkətə gətirdiyi və texnoloji strukturların qarşılıqlı tamamlanması zərurəti ilə əlaqədar istehsal güclərinin səfərbərliyi olmuşdur.

İri obyektlərin və zavodların inşası üçün komplekt çatdırmalar formasında olan mal qrupu ABŞ-da inkişaf etməyə başladı. İkinci Dünya müharibəsindən əziyyət çəkmiş ölkələrdə onun köməkliyi ilə sənaye obyektləri bərpa edilmiş və ya yeni sənaye obyektləri və hətta iqtisadiyyatın bütöv sahələri yaradılmışdı. 1960-cı illərin ikinci yarısında 1970-ci illərin əvvəllərində komplekt çatdırmalar müstəmləkə asılılığından azad olmuş inkişaf etməkdə olan ölkələrə yönəldilirdi. Komplekt sənaye avadanlığının sənaye baxımından inkişaf etmiş ölkələrdən – OESP üzvlərindən mübadiləsi 1969-1973-cü illərdə 34,2 milyard dollardan 67,8 milyard dollara kimi artdı.¹

1970-ci ilin ortalarında, xüsusilə Yaponiya yüksək sürətlə komplekt avadanlıqlar daşıyır. Bu növ ixrac polad, gəmi, avtomobil malları kimi heç də aparıcı sahə deyildir. Komplekt

¹ Вах: Качетов Э.Г. Ориентиры внешнеэкономической деятельности. М.: Экономика. 1992

avadanlıqların payı 1975-ci ildə özündən əvvəlki beş ildəki 4,8% 1-dən 15 %-ə çatmışdır.

Beynəlxalq bazara komplekt mal göndərilməsini 1980-ci illərin başlanğıcına qədər aparıcı firmalar həyata keçirirdilər. İri ixracatçılar kimi Yaponiya, AFR, ABŞ çıxış edirdi. 50%-dən çox sənayecə inkişaf etmiş dövlətlər istehlak edirdilər (Qərbi Avropa ölkələri – 40 %-ə yaxın, Şimali Amerika – 15%, Yaponiya – 2%). İnkişaf etməkdə olan ölkələrin payı inkişaf etmiş ölkələrin bütün istehsal həcmnin 30%-ni təşkil edirdi. 1970-1982-ci illər üzrə komplekt avadanlıqların inkişaf etməkdə olan ölkələrə gətirilməsi 30 %-dən 64 %-ə qədər artdığı halda, sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə 50 %-dən 18 %-ə qədər aşağı düşmüşdür.¹

İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatında struktur irəliləyişlər həm onların ictimai tələbatını və həm də komplekt avadanlığı çatdıran sahələri dəyişdi. 1970-ci illərdə komplekt texnoloji xətt üzrə əksər sifarişlər kimya, neft-kimya, metallurgiya, sellüloz, tekstil, qida sənayesi üçün nəzərdə tutulmuş avadanlıqlarla əlaqədar idi. 1980-cı illərin əvvəllərində elektron sənayesi, sintetik materiallar kimyası, ətraf mühitin mühafizəsi və sosial sfera üçün komplekt avadanlığa olan tələbat artdı. İnkişaf etmiş ölkələrdən ixracat hesabına bu tələbat saxlanır və təmin edilirdi. Eyni zamanda, inkişaf etməkdə olan ölkələr komplekt avadanlığı öz regionlarından daha az inkişaf etmiş ölkələrə daşınmasını artırmağa başladılar (Hindistan, Braziliya, Meksika, Argentina).

Formalaşmış komplekt avadanlıqlar bazarı, yeni elmi-texniki ixtiralar və texnoloji həllər, TMK fəaliyyəti malın sonrakı formasına – əsas etibarilə, dünya bazarında gerçəkləşən müxtəlif təyinatlı iri obyektlərin istismara verilməsi ilə əlaqədar olan mal – obyektinə («mal-müəssisə») keçid üçün əsas yaratdı.

¹ Bax: yenə orada

Malın bu formasının yayılması üçün təkanverici motiv kimi, 1990-cı ildə qəbul edilmiş enerji tutumlu və ekoloji cəhətdən çirkli sənayenin və sənayecə inkişaf etmiş bütöv sahələrin, beynəlxalq transmilli korporasiyaların fəal iştirakı ilə metallurgiya, neft emalı və neft-kimya müəssisələrinin inşa edildiyi inkişaf etməkdə olan ölkələrə geniş miqyaslı keçid çıxış etdi.

Həmin illərdə bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrdə beynəlxalq turizmin sıçrayışlı inkişafı turizm sənayesinin təşəkkülünə kömək etdi. Beynəlxalq korporasiyalar müxtəlif xidmətlər çeşidi və onlarla əlaqədar olan infrastruktur obyektlərin olduğu iri mehmanxana kompleksləri üzrə ixtisaslaşmaq imkanı qazandılar. Dünya ticarətində bu formanın yayılması miqyasları üzrə xarici podrat işlərinin həcmnin verilənlərinə əsasən mühakimə yürütmək olar. Dünya bazasında mal-obyektin aparıcı təchizatçısı həmişə ABŞ olmuşdur və indi də odur. Belə ki, mal-obyektlərin ixracatı üzrə ixtisaslaşmış 250 ən iri firmalarından 43-ü ABŞ-a məxsusdur. Lakin, əgər, 1983-cü ildə Amerika korporasiyalarının payına ümumi müqavilə həcmnin 43,2 %-i düşürdüsə, 1980-cı illərin ortalarında onların miqdarı 27,7 %-ə kimi azaldı. Eyni zamanda, 1985-ci ilə kimi yapon firmalarının satışlarının həcmi 14,3 %-ə kimi artdı.¹

1970-ci illərin sonlarına doğru mal-qruplarına paralel olaraq mal-proqram yaranır. Öz iqtisadi məzmunu baxımından və təchizat formasına görə o, çox qeyri-adiliyi ilə seçilirdi.

Həmin illərdə müxtəlif ölkələrdə məlumatın toplanması və yayılması, vahid rabitə sisteminin, bütöv regionların enerji balansını prinsipial dəyişən obyektlərin yaradılması ilə əlaqədar olaraq iri kompleks hərbi-strateji və aqrosənaye təyinatlı komplekslər inşa edilir, aerokosmik biznes, avtomatlaş-

¹ Вах: Качетов Э.Г. Ориентиры внешнеэкономической деятельности. М.: Экономика. 1992

dırılmış sistem və robot texnikası, xidmətlər sferasında layihələr gerçəkləşdirilirdi.

İntellektləşmə mal-proqramın zəruri komponenti olur. Mal-proqramın yeni ideyalar və texnologiyalar sahəsində irəliləyişlər alıcının satıcıya sifariş etməsi ilə nəticələndi. Mal-proqramın formalaşması (istehsal) ideyaya sifarişdən başlayır və sonra ideyanın gerçəkləşməsinə uyğun olaraq, istehsal üçün zəruri material-maddi bazanın və digər amillərin qoşulması ilə davam edir (ayrı-ayrı obyektlərin, əmək resurslarının və kredit-maliyyə vasitələrinin və s.). Mal kütləsinin məcmusundan mal-proqramı fərqləndirən əsas cəhət həmin malın satıcısının alıcıya təqdim etdiyi xidmətlərin keyfiyyət baxımından yeni rolunun yaranmasıdır. Proqramın uğurla həyata keçirilməsi aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- sövdələşmənin məlumat təchizatı ilə əlaqədar böyük həcmdə işin görülməsi;
- işlənib-hazırlanmış ixrac oriyentasiyalı əlaqələr sisteminin formalaşması;
- az müddətlərdə mövcud nəqliyyat, sığorta şirkətləri və kredit müəssisələri bazasında böyük həcmdə xidmət və mal buraxmaq imkanına malik olan mal ötürücü kanalların öyrənilməsi və tənzimlənməsi;
- mal-proqramın gerçəkləşdirilməsi üçün zəruri olan müəssisələrin yaradılması.

Mal-roqramlar məzmun, xarakter və üzvlərin sayı baxımından fərqlənirlər. 1960-cı illərin sonlarında magistral yük-səksəsli A-300 təyyarə-aerobusun yaradılması üzrə proqram işlənib hazırlandı. Onun gerçəkləşdirilməsi məqsədilə Fransa, AFR, İspaniya və sonralar (1979) Böyük Britaniya firmaları «Erbas indastri» adlanan konsorsium yaratdılar. Aerobusun işlənilib-hazırlanması və layihələndirilməsinin maliyyələşdirilməsində hökumətlər və ən iri maliyyə-kredit müəssisələri iştirak edirdilər. Nəticədə 1972-ci ildən 1980-cı ilə qədər olan müddətdə A-300 aerobuslarının Qərbi Avropa və Şimali

Amerika bazarlarına nəqlinin miqdarı 1938-ə çatdı və sonra istehsalı azalaraq 1981-ci ildə 22, 1983-cü ildə 15 və 1985-ci ildə 25 aerobus təşkil etdi.

Həmin illərin ən əhəmiyyətli kompleks proqramı-məlumat texnikası sahəsində elmi-tədqiqat işləri üzrə strateji Avropa proqramı idi. Həmin proqram çərçivəsində iki iri miqyaslı layihə gerçəkləşdirildi: biri – «Tompson SSF» (Fransa), «Ceneral elektrik kompani», «Britiş telekom» və «Plessi» (Böyük Britaniya), AEQ (AFR) iştirakı ilə mikroelektronika, ikincisi-bir sıra telefon əlaqəsi sistemlərinin telekommunikasiya vasitələrinin istehsalı sahəsində Qərbi Avropanın aparıcı şirkətləri – «Sit-Alkatel» (Fransa), «İtetel» (İtaliya) və «Simens» (AFR) arasında kooperasiya müqavilələri bazasında işlənib-hazırlanması və istehsalı.

Neft emalı üzrə ən iri proqramlar 1970-1985-ci illərdə Fars körfəzi ölkələrində gerçəkləşdirilirdi. Məsələn, 1976-cı ildə ən iri mühəndis-inşaat konserni «Beçtel qrup» (ABŞ) tərəfindən Səudiyyə Ərəbistanının şərq sahilində ərazi-istehsal kompleksinin yaradılması üzrə proqram gerçəkləşdirildi.

Beləliklə, ticarətin yaranması və onun inkişafını şərtləndirən əsas səbəb İOB-dir. İOB-nin ixtisaslaşması və kooperasiyası, habelə funksional növlərinin formalaşması ölkədaxili və beynəlxalq əmək bölgüsünün təşəkkülünə dəstək verdi.

ETİ şəraitində beynəlxalq əmək bölgüsünün dərinləşməsi həm mal çeşidinə və həm də vahid maldan: mal-qrupa, mal-obyektə və mal-proqrama kimi təkamül yolu keçmiş mal çeşidinə böyük təsir göstərmişdir.

Ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsündə və beynəlxalq ticarətdə iştirakının əsas göstəriciləri

Beynəlxalq ticarət malların iki qarşılıqlı axınından – ixrac və idxaldan ibarətdir.

İxrac – malların və xidmətlərin xarici bazarda reallaşması üçün milli sərhəddən kənara çıxarılmasıdır. İxrac predmeti ölkədə istehsal olunan və ya ölkəyə gətirilən və orada emal olunan mallarıdır. İxracın xüsusi forması reixracdır, yəni əvvəl gətirilmiş, yalnız bu ölkədə emal olunmamış malların ixracı.

İdxal – malların və xidmətlərin daxili bazarda satılması, həmçinin üçüncü ölkələrə tranzit üçün gətirilməsidir. İdxalın həcminə reidxal da qoşulur. Reidxal emal olunmamış milli malların yenidən xaricdən çıxarılmasıdır.

Ölkənin BƏB-də və beynəlxalq ticarətdə iştirakı və regionun xarici iqtisadi əlaqələr sistemində yeri bir sıra göstəricilərin köməyi ilə təyin olunur (cədvəl 1).

№	Göstəricilər
<i>A qrupu. BƏB-in ixrac-idxal əməliyyatları nəzərə alınaraq inkişafı</i>	
1	Ölkənin onun ümumi daxili məhsulunda (ÜDM) ixrac kvotası
2	İxracın inkişaf templəri ilə ÜDM inkişafının templərinin qabaqlama koefisenti
3	Ölkənin onun ÜDM-də idxal payı
4	İdxalın inkişaf templəri ilə ÜDM inkişafı templərinin qabaqlama koefisenti
5	Xarici ticarət kvotası
<i>B qrupu. İxrac əməliyyatları nəzərə alınaraq ayrı-ayrı ölkələrin xarici iqtisadi əlaqələr sistemində beynəlxalq regionun yeri</i>	
6	Ölkənin beynəlxalq regional ixracının onun ümumdaxili məhsulunda payı
7	Ölkənin beynəlxalq regiona ixracının inkişaf templəri ilə onun mal məhsulunun inkişaf templərinin qabaqla-

	ma koofisenti
8	Ayrı-ayrı dövlətlərin beynəlxalq regiona qarşılıqlı ixracında payı
9	Ölkənin beynəlxalq regiona ixracının inkişaf templəri ilə həmin regionun ölkələri qrupunun birgə ixracının inkişaf templərinin qabaqlama koofisenti

Mənbə: M. Hüquq., 2000

Автокушин Е.Ф. Международные экономические отношения.

İxrac kvotası – ayrı bir ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsü prosesinə cəlb olunmasıdır və aşağıdakı düstur üzrə hesablanır.

$$\dot{I}_k = \frac{E}{\text{ÜDM}} \times 100$$

Burada: $\dot{I}_k$ - ixrac kvotası;

E - daxili ixrac miqdarı;

ÜDM – ümumi daxili məhsulun həcmidir.

İxrac kvotası böyük analitik əhəmiyyətə malikdir. Birincisi, o, milli iqtisadiyyatın istehsalının digər dövlətlərin bazarlarında malların satışından asılılıq dərəcəsinin göstəricisidir. İkincisi, həmin ölkənin dünya bazarında stamaq üçün müəyyən miqdarda istehsal etmək imkanlarını göstərir. İxrac kvotasının maksimal mümkün miqdarı istehsal olunan ÜDM və ölkə daxilində istehlakın həcmilə müəyyənləşir. Daxili istehlak nə qədər az olarsa, ixrac kvota o qədər azdır. O, 50 %-dən çox da ola bilər, cəmi bir neçə faiz də təşkil edə bilər.

İxrac kvotasının böyüklüyü bir çox amildən asılıdır, ilk növbədə, daxili bazarın həcmindən, əhalinin ödəmə qabiliyyətli tələbatından, iqtisadi inkişafın səviyyəsindən və ölkənin iqtisadi potensialından asılıdır. İqtisadi inkişafın səviyyəsi bərabər olduqda ixrac kvotası aşağı iqtisadi potensiala malik olan ölkədədir. Məsələn, adambaşına ÜDM istehsalına görə Belçika və Yaponiya eyni səviyyədə yerləşir, lakin Belçikanın

ÜDM-nin ümumi həcmi Yaponiyadan təxminən 17 dəfə azdır, ixrac kvotası isə 8 dəfə artıqdır.

İqtisadiyyatda sahə strukturu böyük rol oynayır: energetikanın, metallurgiyanın və ağır maşınqayırmanın digər sahələrinin payı nə qədər yüksəkdirsə, ölkənin BƏB-ə qoşulması o qədər azdır. Nəhayət, siyasi-sosial və etnik faktorlar da müəyyən rol oynayır. Məsələn idxal edilən şəkərə görə, yüksək və ora göndərilən neftə görə və xammala aşağı qiymət hesabına Kubaya köməklik göstərilməsi bizim ölkəyə 6-7 mlrd dollara başa gəlirdi. Bu SSRİ-nin ixrac kvotasının səviyyəsini aşağı salırdı¹.

İxrac kvotalarının səviyyəsinə ölkənin təbii sərvətlərlə təmin olunması da təsir edir. Neft ilə bol OPEK ölkələrində ixrac kvotası 50 %-dən çoxdur. Eyni zamanda, faydalı qazıntaları idxal etmək məcburiyyətində qalan Yaponiya idxal xərclərini öz ixracı ilə kompensasiya edir.

Ümumdaxili ixracın inkişaf templəri ilə ÜDM inkişaf templərini qabaqlama koefisenti dövlətin BƏB və dünya ticarətində iştirakının səviyyəsini dəyişməsi tendensiyaları haqqında fikir yürütməyə imkan verir.

İdxal kvotası göstərir ki, idxal ÜDM-in hansı hissəsini təşkil edir, aşağıdakı formül üzrə hesablanır:

$$I_k = \frac{1}{\text{ÜDM}} \times 100$$

Burada: I_k – idxal kvotası;
 E – daxili idxal miqdarı;
 ÜDM – ümumi daxili məhsulun həcmidir.

¹ Семенов К.А. Принципы развития международного разделения труда. М.; 1996

İdxal kvotasını ixrac kvotası ilə müqayisə edərək, ixrac və idxal arasında nisbəti tapmaq olar. Adətən, bu məbləğlər üst-üstə düşmür, lakin eyni də olur.

Ümumdaxili idxalın inkişaf templəri ilə ÜDM inkişafı templərini qabaqlama koefisienti idxalın inkişaf tendensiyaları, milli iqtisadiyyatın malların xaricdən alınması səviyyəsi haqqında məlumat verir.

Xarici ticarət kvotası – həmin ölkənin partnyor ölkə ilə və ya bütün dünya ilə xarici ticarət mübadiləsinin ümumi həcmidir, aşağıdakı formul ilə hesablanır

$$XT = \frac{XT}{\text{ÜDM}} \times 100$$

Burada XT_k – idxal kvotası;
 XT – daxili idxal miqdarı;
 ÜDM – ümum daxili məhsulun həcmidir.

Daxili ticarətin çeşidləri xarici ticarətinkindən genişdir. Milli istehlakın xüsusiyyətləri ilə əlaqədar və ya başlanğıcda xarici bazara malların göndərilməsi üçün imkanların olmaması, xaricdə onların rəqabətədavamlılıq gücündə olmaması nəticəsində mallar satılmaya bilər. Məsələn, Avropa və Asiya xalqlarının ənənəvi iaşə məhsullarında olan mövcud fərqlər.

Regionun xarici ticarət əlaqələri sistemində yeri dörd göstəricinin analizi yolu ilə müəyyənləşir.

Ölkənin beynəlxalq regiona ixracının onun ümumdaxili məhsulunda payı – həmin ölkənin xarici iqtisadi əlaqələr sistemində beynəlxalq regionun yerini açıqlayır. Məsələn, ayrı-ayrı ölkələrin hər hansı bir regiona ixrac payının 20 %-ə qədər inkişafı, o deməkdir ki, onun bu regionla xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafı digər regionla müqayisədə 20 % tez inkişaf edir.

Ölkənin ixrac artım sürətinin beynəlxalq regionun ümumi ixrac artım sürətini qabaqlama əmsalı. Bu ayrı-ayrı ölkələrin dünya bazarlarına göndərmələrin artım sürətinin dünya bazarına ümumi göndərmələr arasında olan münasibətlə müəyyən edilir. Əmsal bütün xarici iqtisadi əlaqələr sistemilə müqayisədə qrup ölkələrin qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrin sürətlənməsi haqqında təsəvvür yaradır. Bunun əsasında ölkələrin xarici iqtisadi əlaqələri sistemində həmin regionun yerinin necə dəyişməsi haqqında fikir yürütmək olar.

Ayrı-ayrı ölkələrin ixracının beynəlxalq region ölkələrinin qarşılıqlı ixracında payı. Qarşılıqlı ixrac – bir qrup ölkələrin – tərəfkeşlərin regional bazara ümumi ixracıdır. Baxmayaraq ki, qrup ölkələrinin qarşılıqlı ixracı son nəticədə müvafiq malın birlikdə istehsalının ümumi həcmi ilə müəyyən edilir, lakin onlar arasında möhkəm asılılıq – bu böyüklük mövcud deyil.

Beynəlxalq region ölkələrinin ixracının artım sürətinin, həmin regionun qrup ölkələrinin qarşılıqlı ixracının artım sürətinə nisbətən qabaqlama əmsalı.

Regional qrupun qarşılıqlı ixracda payı böyük olarsa həmin qrupa daxil olan ölkənin ixracı da nisbətən yüksək olacaq¹.

Dünya ticarətinin həcmi (dünya mal dövriyyəsi), dünya ölkələrinin ümumi ixracı kimi hesablanır. Belə metodika bütün dünya ölkələrinin mal ixracı eyni vaxtda onların idxalı (yüklərin sığortalanması və yüklənilib boşaldılması ilə dəyəri hesaba olmamaqla) kimi əsaslandırılır. Ona görə də, dünya ixrac və idxal göstəricilərinin yekunlaşdırılması – cəmləşdirilməsi ikiqat hesablamağa səbəb olardı.²

İxrac və daxili bazar üçün istehsal olunan məhsulların münasibəti ölkələr üzrə müəyyən dərəcədə fərqləndirilir.

¹Семенов К.А. Принципы развития международного разделения труда. М.; 1996

²Халашевская Е.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения. М., Экономика, 2003

Dünya ÜDM-nin və dünya ixracının müqayisəsi göstərir ki, dünya ticarətinə daxil olan malların payı həmişə artır. Belə ki, əgər, 1950-ci ildə dünya ÜDM-də dünya ticarətinin 10,2 %-i olmuşdursa, 2000-ci ildə bütün ÜDM-də ixracın payı 19,5 % təşkil etmişdir. 50 ildə ÜDM-in həcmi 6,2 dəfə, dünya ixracı 11,7 dəfə (Dünya iqtisadiyyatı üzrə hesablanmışdır) artmışdır.

Beynəlxalq ticarətin ticarət saldosu, yəni ixrac-idxalın həcm dəyəri – dəyər fərqi onun əsas xarakteristikası hesab edilir.

Xarici ticarət siyasəti üçün istiqamət ixrac və idxal qiymətləri indeksinin münasibətləri bütün bir ölkənin və ya qrup ölkələrin malları ilə müəyyən edilir. Bu da ticarət şərtləri indeksi xidmətində özünü əks etdirir. Bu göstərici hər bir ölkənin qarşılıqlı ixracda və idxalda tələb və qarşılıqlı təklifi göstərir. Artan ticarət şərtləri indeksi göstərir ki, hər bir ixrac olunan mal vahidi qarşılıqlı olaraq böyük miqdarda idxal mallarının əldə edilməsi imkanları deməkdir.

FƏSİL 3. DÜNYA BAZARI VƏ DÜNYA TİCARƏTİNDƏ QİYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

Dünya bazarının təkamülü

Dünya bazarının yaranmasının əsasını əməyin beynəlxalq bölünməsi və onun tərkib hissələri – beynəlxalq ixtisaslaşma və kooperasiya-qoymuşdur. Dünya bazarının yaranması, ilk mübadilə formasının yaranmasından başlayır. Onun xüsusiyyəti bundan ibarətdir ki, istehsalçı özü satıcı rolunda çıxış edir və tam mənası ilə malı alıcıya əldən-ələ ötürürdü.

Ərazi ayrılığı və istehsalın ixtisaslaşması şəraitində mübadilənin inkişafı daxili bazarın – istehsalçının özü satmaq üçün nəzərdə tutulmuş malın ölkənin daxilində satan təsərrüfat əlaqələri formasının inkişafına gətirmişdir.

Ticarətin müstəqil fəaliyyət növünə ayrılması ilə daxili bazarda vasitəçi – malın istehsalçıdan alıcıya çatdırılması üzrə xidmətləri göstərən ticarətçi (tacir) meydana çıxır.

Tədricən bazar bir ölkənin həddlarından çıxır. Xarici ticarət yaranır¹, milli mal bazarları formalaşır. *Milli bazar* – ölkənin xarici alıcıya və satıcıya yönəlmiş daxili bazarının bir hissəsidir. Milli bazar çərçivələrində pərakəndə bazarlar satış bazarlarından ayrıldı, əmək bazarları, mal bazarları və sərmayə bazarları formalaşdı. Praktiki olaraq, dərhal bazarlar ixtisaslaşmağa başladı. Bu cür ixtisaslaşmanın nümunəsi – hələ qədim zamanlarda meydana gələn qul alveri olub. Nəinki yerli, hətta xarici quldarların getdiyi «canlı mal» in satıldığı ən məşhur bazarlar Afina (e.ə.V əsr), Delos adası (e.ə.III-II-I əsrlər), orta əsrlərdə – Roma, Lion, Venesiya, XVIII əsrdə Şərqi Qvineya limanları, Liverpul, Nant

¹ Termin bir ölkənin ticarətinə münasibətdə istifadə olunur. Xarici ticarətə üç əsas əlamət xasdır: onun gömrük xidmətlərinin mövcudluğu şəraitində dövlət sərhəd obyektləri kəşməsi; mal və ya xidmətlərin bir hüquqi məkandan digərinə və bir neçəsinə keçməsi, mülkiyyət hüququnun alıcıdan satıcıya verilməsi.

olmuşdur. İstehsal inkişaf etdikcə bazarın tutumu bəs etmir. Addımbaaddım daxili bazarlar regional, dövlət, dövlətlərlərarası və nəhayət, dünya miqyası səviyyəsinə yüksəlir. Beynəlxalq əmək bölgüsünün (BƏM) yaranması və inkişafı imkanı yaranır. Onlar Avropada, Yaxın və Uzaq Şərqdə yaranır. Ticarət iki və daha çox ölkələr arasında mübadiləni ifadə edir, bunun üçün «ikitarəfli», «dövlətlərarası» anlamında da başa düşülür.

Tutumlu bazarlara istiqamətlənən iri maşın istehsalı və sərmayənin konsentrasiyası dövlətlərarası ticarətin lokal mərkəzlərinin vahid dünya bazarına böyüməsini sürətləndirmişdir.

Beynəlxalq ticarət (international trade) – öz-özlüyündə dünyanın bütün ölkələrinin xarici ticarətinin cəmini ifadə edən sabit beynəlxalq mal-pul əlaqələri sahəsidir. «Beynəlxalq və ya dünya ticarəti» termini, həmçinin aşağıdakıları ifadə etmək üçün istifadə oluna bilər: 1) bütün dünya ölkələrinin birgə ticarət həcmi üçün; 2) sənayesi inkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan və ya hansısa bir kontinent, region ölkələrinin birgə xarici ticarət həcmi üçün.

Dünya bazarının (world market) – əməyin beynəlxalq bölgüsünə və digər istehsal amillərinə əsaslanan ölkələr arasında sabit mal-pul əlaqələri sahəsinin formalaşması, ölkənin təkrar ictimai istehsalında xarici ticarətin rolu və yerinin dəyişməsi demək idi. Qədim zamanlarda yaranmış xarici ticarət sərmayənin yığılmasına və böyük istehsalın inkişafına imkan aradırdı, lakin milli ictimai istehsal prosesinin özünə və onun bərpa olunmasına təsir göstərmirdi. Dünya bazarının yaranması ilə mal və mübadilə beynəlmillələşir, yəni milli ictimai istehsal prosesi istehsalçılar dünya bazarlarına çıxmasa bərpa oluna bilməz. Tam olaraq dünya bazarı XIX-XX əsrlərin hüduunda, aparıcı ölkələrdə mal istehsalı yüksək səviyyəyə çatanda formalaşmışdır. Beləliklə, bazarın təkamülü «daxili bazar – milli bazar – beynəlxalq bazar – dünya bazarı» sxemi üzrə getmişdir.

Daxili və milli bazarların obyektiv inkişafı məhsulu olaraq dünya bazarı:

- öz məhsulunu satmaq məqsədi ilə milli çərçivələrdən qırağa çıxmış mal istehsalı kateqoriyasını özündə ifadə edir;
- nəinki daxili, həm də xarici tələbat və təklifin təsiri altında olan malların və istehsal amillərinin dövlətlərarası yer-dəyişməsində özünü büruzə verir;
- istehsal amillərinin istifadəsini optimallaşdırır və istehsalçıya məlumat verir ki, onlar hansı region və sahələrdə daha effektiv istifadə oluna bilər;
- sağlamlaşdırıcı rol oynayır, rəqabət qiymətləri zamanı beynəlxalq keyfiyyət standartını təmin etməyən malları beynəlxalq mübadilədən çıxardır.

Dünya bazarında olan mal, həmçinin birgə tələbatın və birgə təklifin orta parametrləri haqqında xəbər verərək məlumat funksiyasını oynayır ki, hər bir iştirakçı öz istehsalının parametrlərini qiymətləndirə bilsin və onları dünya bazasının tələblərinə adaptasiya edərsə bilsin.

Dünya bazarı malların dövlətlərarası mübadiləsinin sahəsi kimi çıxış edərək istehsala təsir göstərir, bununla nümayiş etdirilir ki, nə qədər və kimin üçün istehsal etmək lazımdır. Bu mənada, dünya bazarı istehsalçıya münasibətdə ilkindir və dünya iqtisadiyyatının vacib kateqoriyasıdır.

Dünya bazarı oliqopolistik struktura malikdir: malların istehsalı, əsasən, müxtəlif ölkələrin kiçik qrup iri şirkətlərinin əlində cəmlənib. Bu cür struktur şirkətlər arasında əməkdaşlığa, əsasən də elmi-texniki sahədə böyük stimullar yaradır.

Mal ixtisaslaşmasına görə dünya bazarında xarici ticarət fəaliyyəti ərzaq malları və kənd təsərrüfatı xammalı, yanacaq-energetika kompleksinin məhsulları, kimya və neft-kimya məhsulları ilə ticarətə bölünür.

Beynəlxalq mal nomenklaturası

Ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsi müəyyən təsnifat əlamətləri, yəni malların ixrac və idxal maddələri üzrə qruplaşması meyarlarına əsasən xarakterizə olunur. Daha çox aşağıdakı qruplaşmalar geniş yayılmışdır:

- istehsal sahələrinə görə;
- məhsulların emalı səviyyəsinə görə;
- təyinatına görə;
- material hazırlanmaya görə.

Ələmətin seçilməsi malların müəyyən koda malik bölmələrə, qruplara, yarımqruplara təsnifat sxeminə təsir edir. Malların müvafiq təsnifat sistemində adlarının siyahısı nomenklatura adlanır.

Beynəlxalq mal nomenklaturaları xarici ticarət əlaqələri haqqında məlumatları nizama salmağa imkan yaradır, məlumatın effektiv qorunmasını təmin edir, maraqlı olan mal vəziyyətinin axtarış prosedurunı sürətləndirir. Beynəlxalq ticarətin məhsulu olan malların sistemləşdirilməsi və təsnifatı ilə beynəlxalq təşkilatlar məşğul olur.

Mal axınlarının universal təsnifedicisinin yaradılmasının vacibliyi ilk dəfə 1853-cü ildə Brüsseldə keçirilən Statistik konqresdə qeyd edilmişdir. Lakin beynəlxalq mal nomenklaturası üçün ən optimal variantın seçilməsi çox vaxt aparmışdır.

Müasir beynəlxalq mal təsnifatının əsası 1948-ci ildə BMT ekspertləri tərəfindən hazırlanmış iqtisadi fəaliyyətin bütün növlərinin standart təsnifatı ilə qoyulmuşdur.

Statistik Komissiyanın beşinci sessiyasının məsləhəti ilə BMT-nin İqtisadi və Sosial Şurası 12 iyul 1950-ci ildə malların emal dərəcəsi üzrə qruplaşmasına əsaslanan Standart beynəlxalq ticarət təsnifatını – SDTT təsdiq etmişdir.

Cədvəl 2

**Beynəlxalq ticarətin təsnifləşdirilməsinin
standart sxemi (3-cü redaksiya)**

Bölmələrin kodları və onların adları	M i q d a r ı			
	Qruplar, onların kodları	Yarımqruplar	Vəziyyət	Subvəziyyət
0.Ərzaq malları və diri heyvanlar	10(00-09)	36	132	344
1.İçkilər və tütün	2 (11-12)	4	11	22
2.Qeyri-ərzaq xammalı, yanacaqdan savayı	9 (21-29)	36	123	267
3.Mineral yanacaq, yağlar və onlara bənzər mallar	4(32-35)	11	25	37
4.Bitki və heyvan mənşəli piylər, yağlar və mumlar	3(41-43)	4	21	44
5.Kimyəvi məhsullar	9(51-59)	33	126	474
6.Əsasən material üzrə təsnifat olunmuş emal olunmuş məmu- latlar	9(61-69)	52	233	829
7.Maşınlar, ava- danlıq və nəqliyyat vasitələri	9(71-79)	50	214	653
8.Ayrı-ayrı hazır məhsullar	8(81-85,97-89)	31	144	442
9.Yuxarıda göstərilən bölmələrə daxil olmamış məhsullar və sazişlər	4 (91,93,96,97)	4	4	6
CƏMİ	67	261	1033	3118

Mənbə: Фомичев В.И. Международная торговля. М.; Инфра-М, 2001

SDTT bazasında malların geniş iqtisadi kateqoriyalar üzrə təsnifatı (MGİKT). O, BMT-nin beynəlxalq ticarətin ümumiləşdirici illik statistik məlumatlarının tərtib olunmasında istifadə olunur.

Brüssel gömrük təsnifatının malların qruplaşma prinsipləri (ilkin materialların xasiyyəti üzrə) gömrük əməkdaşlığı üzrə Şuraya gömrük tariflərinin beynəlxalq nomenklaturasını hazırlamağa imkan vermişdir (1951). Sonradan o, əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirilmişdir (əsasən, materialların emalının dərəcəsi və malların mənsəyi onun əsasını təşkil etmişdir) və gömrük əməkdaşlığı üzrə Şuranın Nomenklaturası (GƏŞN) adını almışdır. Bu nomenklatura bir çox ölkələrin gömrük orqanları tərəfindən geniş istifadə olunur, onun bazasında 1988-ci ildə Avropa Birliyi üzvləri olan bir çox ölkənin statistik təcrübəsinə daxil olmuş AŞ Uyğunlaşdırılmış nomenklaturası hazırlanmışdır.

1988-ci ildə gömrük əməkdaşlığı Şurası SDTT-ni və GƏŞN-i malların təsvirinin və kodlaşdırılmasının Harmonizasiya edilmiş sistemində HS (Harmonized Commodity Description And Coding System) birləşdirilmişdir (cədvəl 3). Onun əsasında bir çox ölkələrin, o cümlədən, Rusiyanın milli mal nomenklaturaları durur.

Beynəlxalq ticarətin statistikasını BMT-nin böyüdülmüş iqtisadi qruplaşmalar üzrə Təsnifatını (BİQT – Classification by Broad Economic Categories - BEC) tətbiq edir, buraya HS və SDTT malları daxildir. Bütün mallar yeddi qrup üzrə, təyinatına müvafiq olaraq, qrupun daxilində isə emal dərəcəsi üzrə, bəzi mallar məqsədli təyinatına görə birləşmişdir (sənaye və şəxsi istifadə üçün), digər bir hissəsi isə istifadə müddətinə görə birləşib (cədvəl 4). İqtisadi və tədris ədəbiyyatlarında daha ümumi mal növləri ayırd edirlər.

İqtisadi ədəbiyyatlarda və dərsliklərdə nisbətən malların ümumiləşdirilmiş növləri ayrılır. Xammallar – kənd təsərrüfatı, balıqçılıq, ovçuluq və ya hər hansı faydalı qazıntılar.

Yarımfabrikatlar – sonradan emal tələb edən, istehsal və ya istehlak predmeti olmazdan əvvəl digər malların tərkibinə daxil olan məhsullar.

Ev təsərrüfatında istehlak və istifadə üçün nəzərdə tutulmuş bütün sənaye məmulatları, həmçinin sənaye, kənd təsərrüfatı və nəqliyyat üçün asılı avadanlıq, sənayedə material və yanacaq üçün sürəksiz istifadə üçün sənaye malları hazır məhsullara aid edilir.

Cədvəl 3

Malların təsvirinin və kodlaşmasının harmonizasiya olunan sistemi (HS-1988)

Şifrələr	Bölmələrin adı	Qrupların sayı və onların miqdarı
I	Diri heyvanlar və heyvan mənşəli məhsullar	5 (1-5)
II	Bitki mənşəli məhsullar	9 (6-14)
III	Heyvan və bitki mənşəli piylər, yağlar və mumlar	1 (15)
IV	Qida sənayesinin məhsulu	9 (16-24)
V	Mineral məhsullar	3 (25-27)
VI	Kimyəvi və onunla əlaqəli olan sənaye sahələrinin məhsulu	11 (28-38)
VII	Plastik kütlələr və onlardan məmulatlar, kauçuk və rezin məmulatları	2 (39-40)
VIII	Dəri xammalı, xəz malları, xəz xammalı və onlardan məmulatlar	3 (41-43)
IX	Ağac və onlardan məmulatlar	3 (44-46)
X	Kağız kütləsi və onlardan məmulatlar	3 (47-49)
XI	Tekstil və tekstil məmulatları	14 (50-63)
XII	Ayaqqabı, baş örtükləri, zontlar, əl ağacları, düzəldilmiş lələklər, süni güllər, tük məmulatları	4 (64-67)
XIII	Daşdan, keramikadan, şüşədən məhsullar	3 (68-70)
XIV	Mirvari, qiymətli daşlar və materiallar,	

	onlardan olan məmumlatlar, bijuteriya, sikkələr	1 (71)
XV	Qara və əlvan metallar və onlardan məhsullar	12 (72-83)
XVI	Maşınlar və avadanlıqlar	2 (84-85)
XVII	Nəqliyyat vasitələri	4 (86-89)
XVIII	Cihaz və aparatlar, musiqi alətləri	3 (90-92)
XIX	Silah və döyüş sursatı	1 (93)
XX	Müxtəlif sənaye malları	3 (94-96)
XXI	İncəsənət əsərləri, əntiq şeylər və kolleksiya materialları	3 (97-99)

Qısamüddətli istifadə üçün nəzərdə tutulmuş hazır sənaye malları bir il və daha az istifadə müddətinə malik olur.

Uzunmüddətli istifadənin hazır məhsulları – sənaye, həmçinin dövlət və özəl müəssisələr üçün nəzərdə tutulmuş bir ildən çox istifadə müddəti olan məhsullar, kapital avadanlıq kimi təsnifat olunur, bura yalnız silah daxil deyil, o, digər kateqoriyalara aid olmayan mallar kimi təsnif olunur.

Cədvəl 4

BİQT təsnifat sxemi

1.Ərzaq malları və içkilər	1.Food and everages
1.1.Xammal məhsulları	1.1.Primary
1.1.1. Sənaye istehlakı üçün	1.1.1. Mainly for industru
1.1.2.Şəxsi istehlak üçün	1.1.2.Mainl for household consumption
1.2.Emal olunmuş yarımfabrikatlar	1.2.Processed
1.2.1.Sənaye istehlakı üçün	1.2.1.Mainly for industriy
1.2.2.Şəxsi istehlak üçün	Maiynly for household consumption
2.Sənaye xammalı (qeyri-ərzaq)	2.İndustrial supplies not elewhere specified
2.1.Xammal məhsulları	2.1.Primary
2.2.Yarımfabrikatlar	2.2.Processed

3.Yanacaq və yağlar	3.Fuels and lubricants
3.1.Xammal məhsulları	3.1.Primary
3.2.Yarımfabrikatlar	3.2.Processed
3.2.1.Benzin	3.2.1.Motor spirit
3.2.2.Digər yarımfabrikatlar	3.2.2.Other
4.Maşınlar, avadanlıq və onlara dair hissələr (nəqliyyat vasitələrindən savayı)	4.Capital goods (except transport equipment) and parts and accessories thereof
4.1.Maşınlar və avadanlıqlar	4.1.Capital goods (except transport equipment)
4.2.Hissələr və ləvazimat	4.2.Parts and accessories
5.Nəqliyyat vasitələri, onların hissələri və ləvazimatı	5.Transport equipment and parts and accessories thereof
5.1.Minik avtomobilləri	5.1.Passenger motor cars
5.2.Digər avtomobillər	5.2.Other
5.2.1.İstehlak təyinatlı nəqliyyat vasitələri	5.2.1.Industrial
5.2.2.Şəxsi təyinatlı nəqliyyat vasitələri	5.2.2.Non-industrial
5.2.3.Nəqliyyat vasitələrinə hissələr və ləvazimat	5.2.3.Parts and accessories
6.İstehlak malları	6.Consumer goods not elsewhere specified
6.1.Uzun müddət istifadə olunan mallar	6.1.Durable
6.2.Orta müddət istifadə olunan mallar	6.2.Semi-durable
6.3.Qısa müddət istifadə olunan mallar	6.3.Non-durable
7.Yuxarıda sadalanmış qruplara daxil olmayan mallar	7.Goods elsewhere specified

Uzun müddət istifadə olunan mallar – üç ildən çox, həmçinin bir ildən üç ilə qədər istifadə müddətinə malik olan, lakin yüksək qiyməti olan mallar.

Orta müddət istifadə olunan mallar – bir ildən üç ilə qədər istifadə müddətinə malik və nisbətən aşağı qiymətə malik mallar.

Qısamüddətli istifadə olunan mallar – bir il və daha az istifadə müddətinə malik olan mallar: o, dövlət və özəl müəssisələr tərəfindən istifadə olunan mallar hesab edilir.

HS haqqında Konvensiyanı imzalamış dövlətlər statistik və gömrük hesabatını unifikasiya etməyə, mal sənədlərinin qaimə xərclərini ixtisar etməyə çalışırlar.

Dünya qiymətlərinin səviyyəsinə təsir edən amillər. Qiymət və qiymətin əmələgəlmə nəzəriyyələri

Qiymət – iqtisadi nəzəriyyənin malın ictimai yararlılıq qiymətini ifadə edən vacib kateqoriyalardan biridir. Qiymətlərin milli səviyyələrinin diferensiasiyası istehsal mallarının orta sahə qiymətindən asılıdır və istehsalatın iqtisadi şəraitində sahələrarası fərqlərlə müəyyənləşir.

Bazar iqtisadiyyatında qiymətlər özünüidarəetmənin əsas elementləri kimi çıxış edir. Onların səviyyəsinə müxtəlif iqtisadi və siyasi amillər təsir edir:

- istehsalın tsikliliyinin qanunauyğunluğu;
- inflyasiya və valyuta məzənnələrinin dəyişməsi;
- rəqabət mühitinin olması və ya sayı;
- dövlət xarici ticarət siyasəti;
- dünya təsərrüfat əlaqələrinin qloballaşması və elektronlaşması.

Qiymətyaranma nəzəriyyəsi qiymətlərin formalaşma prosesini, onların görünüşü, strukturu və dəyişmə dinamika-sının prosesinə baxır. Qiymətyaranma nəzəriyyəsinin baniləri olan ingilis klassik siyasi iqtisadının nümayəndələri U.Petti və A.Smit çıxış etmişlər. Onlar mallara dair iki konsepsiyanın əsasını qoymuşlar: dəyərin əmək nəzəriyyəsinin (Marks tərəfindən inkişaf etdirilmişdir) və son xeyirlilik nəzəriyyəsinin (K.Menger və F.Vizer).

Əmək-dəyər nəzəriyyəsinə müvafiq olaraq, qiymət özünü ictimai vacib olan əməyin malda ifadə olunmuş pulda göstərir

və həmin ölkə üçün bacarıq və intensivlik şərtləri üzrə orta vəziyyət nəzərə alınmaqla müəyyən edilir.

Son xeyirlilik nəzəriyyəsi qiymətə malın xeyirliliyi nəzərə alınmaqla (onun istehlak dəyəri) istehlakçının qiymətləndirməsində istehsalçının sərf etdiyi pul məbləğinin cəmi kimi baxılır.

Hər iki nəzəri üsulu təklif (qiymət) və tələbat nöqtəyindən nəzərdən birləşdirmək cəhdi XIX əsrin əvvəllərində ingilis iqtisadçısı A.Marşall tərəfindən həyata keçirilmişdir. O, elmi dövriyyəyə «təklif qiyməti» və «tələbat qiyməti» anlayışlarını daxil etmişdir. Əgər, istehsalçı üçün qiymət məsariflə ifadə olunursa (işçinin məhsulun yaranma prosesində keçirdiyi əzabların, istehsalçının isə sərmayənin qeyri-sənaye xərclərinin tutulması nəticəsində keçirilən cəmi ilə) Marşallın fikrincə, istehlakçılar üçün o malın həmin vaxtda son xeyirliyinə görə, yəni istəyin pul ifadəsi ilə ifadə olunur.

Dünya bazarında dünya qiymətləri fəaliyyət göstərir. İnkişaf etmiş mal istehsalı zamanı onlar həmin məhsulun istehsalçısı və ya təchizatçısı və istehlakçısı olan tələbat və təklifin göstəriciləri nəzərə alınmaqla milli bazanın qiymətlərinin müqayisəsi yolu ilə qurulur. Məsələn, maşınlar və avadanlıqlara dünya qiymətləri onlara dair yapon və amerikan istehsalçıları tərəfindən təyin olunmuş qiymətlərə, kömürə – Qərbi Avropa limanlarındakı idxal qiymətlərinə müvafiqdir. Neftə, sinkə, qurğuşuna, qalaya, nikelə dünya qiymətləri – bu London birjasının qiymətləridir, alüminiuma – Kanadanın ixrac bazasının, kauçuka – Sinqapur birjasının, xəz mallarına – Nyu-York və London auksionlarının qiymətləridir.

Qiymətyaranma – universal prosesdir, lakin dünya bazarında o, milli bazardan daha mürəkkəb şəkildə gedir. Bu aşağıdakı səbəblərlə izah olunur.

- Dünya bazarında millidən fərqli olaraq *sistem nəzarəti və qiymətlərin amansız nizama salınması* yoxdur. Qiymətlərin formalaşması nəinki bazar qüvvələrinin «azad oyununun»,

həmçinin, ictimai istehsal prosesinin nizama salınmasının müxtəlif forma və yollarının cəminin nəticəsidir. Dünya bazarlarında qiymət yaranması bitməməzliliklə xarakterizə edilir. İlk növbədə, beynəlxalq sazişləri pərakəndə satış dövryyəsinə toxunmadan, topdansatış dövryyəsi səviyyəsində həyata keçirilir, bunun üçün bu sahədə qiymətlər, mala son tələbatın əsasında formalaşan ümumi sistem kimi çıxış edir. İkinci növbədə, dünya bazarları sosial sabilliyin mövqelərindən çıxış edən nizamlama obyektini kimi çıxış edir. Dünya bazarlarındakı qiymətlər, daxili bazarlara nisbətən daha da amansız şəkildə nizamlana bilirsə də, onlar başqa cür nizamlanır. Beynəlxalq mühitdə inflyasiyanın templərini, əhalinin qiymət və gəlirlərinin müvafiqliyini, pul emissiyasının dinamikasını və nəzarət məqsədi ilə digər göstəricilərini nəzarətdə saxlayan xüsusi orqanlar yoxdur.

Dünya bazarında qiymətlərin səviyyəsi, dinamikası və tərkibi sistem nəzarətindən kənarda formalaşır. Onların nizama salınmasını, əsasən, transmilli korporasiyalar, partnyor tipli beynəlxalq mal razılaşmasının (EOUS, OPEK) üzvü olan firma və ölkələr həyata keçirir.

• Qiymətməhləgəlmə prosesinə *dövlət müdaxiləsi* onların maksimal və minimal sərhədinin qurulmasını nəzərdə tutma bilər. Qiymətlərin aşağı salınmasına yönəlmiş nizamasalınma firmaların rəqiblərin siyasətinin qarşısının alınmasına və bazarda monopol vəziyyətin yaranmasına yönəlmişdir.

Bir çox ölkələrdə ayrı-ayrı mallara maksimal qiymətlər (və ya maksimal qiymət hədləri) təyin olunur. Belə ki, 1988-ci ildə Venesuellada qiymətlərin dövlət tərəfindən nizama salınması «Prokter End Gembel» şirkəti üçün böyük itkilərə səbəb olmuşdur. Baxmayaraq ki, şirkət vəziyyəti gözləmək istəyi ilə dövlət hakimiyyəti orqanları ilə danışıqlar aparmışdır, təchizatçılar həlledicilərin istehsalı üçün lazım olan fosfatları onlara sata bilməmişdir. Bu ticarət əlaqələrinin kəsilməsinə gətirib çıxartdı.

- Dünya qiymətinə istehlakçının üstün tutduğu mallar böyük təsir göstərir. Məsələn, ABŞ və Avropa ölkələrində dəniz kirpilərini ən ucuz qiymətə də satmaq olmaz. Lakin Yaponiyada həmin mal delikates məhsuldur və onun ölkəyə ixracı əhəmiyyətli gəlirlər gətirir.

Qiymətin əmələ gəlməsinə malı istehsal və istehlak edən ölkələrin stereotipləri də təsir göstərə bilər. Beləki, avtomobillərin istehlakı qavraması ilə onların obyektiv reytingini müqayisə etdikdə aydın oldu ki, amerikalılar alman avtomobillərini öz ölkələrinin avtomobillərindən üstün tuturlar, yaponlar isə əksinə öz ölkəsinin avtomobillərini üstün tutur. Demək, alman avtomobil istehsalçıları ABŞ-dakı amerikan rəqibləri ilə mübarizədə öz gəlirlərini yüksəldə bilər, lakin bunu Yaponiyadakı rəqiblərinə qarşı edə bilməzlər. Eyni zamanda, istehlakçı stereotiplərinin spesifikasiyasına reallaşma həcmnin yüksəldilməsi məqsədi ilə qiymətlərin salınması ilə reaksiya verən istənilən rəqib, faktiki olaraq məhsulun ümumiliyini aşağı sala bilər, məsələn Yaponiya bazarında alman avtomobil istehsalçı firmaları tərəfindən qiymətlərin aşağı salınması yapon istehlakçıları tərəfindən keyfiyyətin aşağı düşməsi ilə cəniləşdiriləcək¹.

- Malın istehsalında və təchizində beynəlxalq əmək bölgüsü də dünya qiymətlərində özünü göstərir. Məsələn, ixracatçının bazar strategiyasından asılı olaraq, məhsulun qiyməti əhəmiyyətli dərəcədə müxtəlif olacaq, yəni həmin məhsul ixtisaslaşmış ixrac istehsalının nəticəsidir və ya daxili istehsalın milli tələbat üzərində artdığı kimi xarici bazara çıxarılır (buğda, ət və bir sıra ərzaq mallarına münasibətdə olduğu kimi).

Valyuta məzənnələrinin dəyişməsi qiymətə neqativ təsir göstərir. Bir, nisbətən stabil valyuta ilə əməliyyatlara öyrənmiş firmalara, yüksək səviyyədə məzənnə sabitsizliyi ilə xarak-

¹ Вах: Дэниелс Дж.Д., Радеба Л.Х. Международный бизнес. М.: Дело, 1994

terizə olunan valyutada qiymətləri formalaşdırmaq asan iş deyil. Qiymətməhləgəlməyə münasibətdə qərarlar elə bir hesabla qəbul olunmalıdır ki, vəsaitlərin satılmış mal-material ehtiyatlarının yeniləşməsinə və gəlirin alınmasına daxil olmasını təmin eləsin. Əgər bu baş vermirsə, bu firma yalnız «kağız üzərində gəlir» əldə edəcək və öz aktivlərini xərcələyəcək. Mədaxilin yığılması vaxtı nə qədər çox uzanırsa, firma o qədər də çox itirə bilər. Bunun üçün öz qiymətməhləgəlmə siyasətində firmalar inflyasiya faktorunu nəzərə almalıdır. Məsələn, 1980-ci illərin sonunda Perunu bürüyən inflyasiya nəticəsində «Proter end Qembl» şirkəti hər iki həftədən bir istehsal etdiyi həlledicilərə qiyməti 20-30 % qaldırırdı. Bundan əlavə, 60 günlük gecikməyə görə, əlavə ödəmələr təyin etmişdir.¹

Qiymətməhləgəlmənin inflyasiya tərəfindən yaradılmış digər iki problemi:

- ödəmənin xarici valyutada artması, o konvensiyadan sonra nəzərdə tutulduğundan az gəlir gətirir;
- xərclərin dəyişməsinin kompensasiyası kimi qiymətlərin daima dəyişməsi.

Birinci halda firma alqı-satqı müqavilələrində ekvivalenti hər hansı bir sabit valyutada göstərməsi məqsəduyğundur (rəqabət amillərindən və dövlət tənzimlənməsi səviyyəsindən asılı olaraq).

Valyuta kurslarının analoji yolla dəyişməsi beynəlxalq bazarda potensial rəqabətdə davamlı məhsullar üçün qiymətyaranmaya dair qərarların qəbuluna təsir göstərir. Əsasən də, əgər Amerika dollarının qiyməti qalxacaqsa, onda ABŞ-dan kənarda istehsal olunmuş məhsul Amerika bazarında daha ucuz satıla bilər. Bu cür vəziyyətdə Amerika istehsalçı firmaları öz rəqabət qabiliyyətinin qorunması üçün daha aşağı qiymət səviyyəsi təyin etməyə məcbur olacaqlar. Əgər dolların vəziyyəti pisləşərsə, xarici istehsalçı firmalar rəqabət qabiliyyətinin qorunması üçün öz qiymətlərini aşağı salmalı olacaqlar.

¹ Даниелс Дж.Д., Кадова Л.Х. Международный бизнес. М.; Дело, 1994

Dünya qiymətlərinin formalaşmasının əsas xüsusiyyətləri

Qeyd olunduğu kimi, qiymətyaranma mexanizminə ən çox həmin malın bazarında rəqabət mühitinin olması və olmaması təsir göstərir. Bununla əlaqədar olaraq, aşağıdakı bazarları ayırd etmək lazımdır:

- mükəmməl rəqabət – fəaliyyət göstərən satıcıların və alıcıların məhdud olmayan böyük çoxluğu ilə;
- absolyut monopoliya – özünün rəqabət strategiyasından irəli gələrək qiymətləri diktə edən bir mal təchizatçısı ilə. Bir qayda olaraq, bu halda o, maksimal gəlir əldə etmək imkanı yaradır;
- monopolist rəqabət – bir sıra iri monopolistlərin və böyük sayda orta şirkətlərin olması ilə.

Beynəlxalq mühitdə qiymətlərin formalaşması zamanı iki böyük mal qrupları tam ayırd edilir, şərti olaraq bunlar xammal məhsulları və hazır məhsullara bölünür. Birinci qrupa enerji daşıyıcıları, mineral və kənd təsərrüfatı xammalı, bəzi növ ərzaq malları, meşə məhsulları və kənd təsərrüfatı gübrələri. İkinci qrupda praktiki olaraq emal sənayesinin məhsulları üstünlük təşkil edən bütün mallar, əsasən də, maşınqayırma məhsulları üstünlük təşkil edir. Əsas vəziyyəti metal qrupu tutur. Beynəlxalq statistikada o, ayrıca olaraq nəzərə alınır, ancaq, bir qayda olaraq, daha yüksək emal dərəcəsinə malik olan malların istehsalı üçün xammal kimi istifadə olunur.

Xammal məhsullarının qiymətləri aydın ifadə olunmuş spesifikasiyaya malikdir.

Birinci, xammal məhsullarına dünya qiymətlərinin təyin olunması zamanı daxili məsrəflər və qiymətlər əsas rol oynayır, əsas rolu tələbatın və təklifin müvafiq bazarlarda nisbəti oynayır.

İkinci, xammal məhsullarının keyfiyyət xarakteristikaları və onlara müvafiq olan qiymət nisbəti müqayisə üçün açıqdır.

Üçüncü, xammalla ticarətdə qeyri-qiymət rəqabəti hazır məmulatlara nisbətən az istifadə olunur, ona görə də, qiymətin qeyri-sabitliyinin səviyyəsi yüksəkdir. Xammala qiymət əsas ixracatçıların və birja katirovkasında təqdim olunan qiymətlərlə əlaqəli müəyyən edilir. Nəhayət, ümumilikdə xammal malın özünə və malverənə münasibətdə malverənlərlə istehsalçılar arasında tez-tez və uzun müddətə əlavə istehsal əlaqələri tələb etmədiyindən – məsələn, bu maşın və avadanlıqların təchizində olduğu kimi, bu mallar nisbətən standartlaşdırılmış və nisbətən qarşılıqlı dəyişən olurlar.

Emal sənayesi məhsullarının qiymətlərinin spesifikasiyi konkret malın orta statistik qiymətinin hesablanması mürəkkəbliyindən irəli gəlir. Bu mal qrupu üzrə qiymətlərin və qiymətmələgəlmənin tədqiqi qiymətlərin indeksləri ətrafında cəmləşir, bu da məhsulun xüsusiyyətləri ilə – növlərin, yarımnovlərin çoxluğunu şərtlənmişdir. Bununla əlaqədar olaraq, konkret məhsulun qiyməti hazırkı mala dair qiymətlərin səviyyəsi haqqında çətin ki, nəşə desin. Nəticədə bu qrup mallar üzrə qiymət məlumatı «şəffaf deyil», bu da istehsalçılara qiymətlərlə və malların keyfiyyət xarakteristikası ilə manipulyasiya etməyə imkan verir və qiymət rəqabəti üçün şərait yaradır. Həmçinin, elmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq, emal sənayesi məhsulunun özünün keyfiyyət xarakteristikaları yüksək dinamikliyi ilə seçilir. Emal sənayesi müəssisələrində qiymətlərin formalaşması məhsulun həyat tsiklinin fazasından, avadanlığın universallıq dərəcəsi, investisiya aktivliyindən, TMK daxilində mal axınının xasiyyətindən asılıdır.

Maşın və avadanlıqla dünya ticarəti istehsal koperasiyası ilə sıx bağlıdır, bu da, öz növbəsində, qiymətlərdə əksini tapır və bu məhsulla iki kanallı ticarət sistemini yaradır. Maşın və avadanlığın ilk satış kanalı – konyunktur kanal – adi ticarət razılaşmalarını nəzərdə tutur. İkinci beynəlxalq istehsalat-investisiya koperasiyası çərçivəsində maşın və avadanlıqla ticarət – idxalçı ölkədə avadanlığın istismarı üçün lazım olan ehtiyat hissələrinin və xidmətlərin alınmasında uzunmüddətli

tələbat yaradır. İnvestisiya təyinatlı maşın və avadanlığın idxalı, adətən, müvafiq infrastrukturun yaranması ilə müşayiət olunan müxtəlif növ fəaliyyətlə əlaqəli olur. Nəticədə idxal edən ölkələrdə köhnə mal bazarları genişlənir, yenilər isə peyda olmağa başlayır, bu da müvafiq surətdə qiymətdə əksini tapır. İnvestisiya proqramları üzrə alınan maşın və avadanlığa qiymətlərin strukturunda konyunktur kanala gedən malın qiymətinin strukturunda olmayan avadanlığın layihələndirilməsi və quraşdırılması ilə əlaqəli olan məsariflərin payı əhəmiyyətli dərəcədə artır və ya onlar daha az miqdar təşkil edir.

Nəhayət, bu qrupun bir çox malları bəzən aylarla və hətta həftələrlə ölçülən nisbətən qısa həyat tsiklinə malik olurlar. Sonuncular yüksək texnologiyalı məhsullara aid edilir, burada dəyişikliklər çox tez baş verir və praktik olaraq hər ay bazarda malların yeni çeşidləri peyda olur. Bu şəraitdə, hətta, qrup qiymətlərinin və onların dəyişməsinin indeksinin hesablanması ağır çətinlik yaradır.

Mal qiymətlərinin dinamikasında tendensiyalar haqqında nisbətən real məlumatı ölkələrin gömrük statistikasına verir. Lakin o da konkret və ya heç olmasa orta qiymətlər kimi deyil, fiziki həcmə və qiymətin yekun aqreqat qiymətləri şəklində ixrac və idxal olunan malların müəyyən qrupları formasında təqdim olunmuşdur.

1950-ci illərdə məhsula və xammala qiymətlərin formalaşmasının sadalanmış xüsusiyyətləri bu qrup mallarla qeyribərabər ticarət şəraiti ilə əlaqədar inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında xarici ticarət ziddiyyətlərinin yaranmasına imkan yaratmışdır. Problem iqtisadi ədəbiyyatda «qiymət qayçısı» adını almışdır. Bu termin öz adının inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən inkişaf etməkdə olan ölkələrə ixrac olunan avadanlığa yüksək qiymət ilə bu ölkələr tərəfindən inkişaf etməkdə olan ölkələrdən idxal olunan xammala aşağı qiymət ilə fərqdən yaranıb. Hazır məhsullara nisbətən xammal məhsullarına qiymətlərin aşağı salınması tendensiyası 20 il ərzində saxlanılmışdır (1950-ci ilin ortalarından 1970-ci

ilin ortalarına qədər) və enerji və xammal krizisi ilə kəşmişdir. Neftin 1973-cü ilin ikinci yarısında – 1980-cı illərin ortalarında görünməmiş qiymət artımı digər xammala da qiymətlərin kəskin yüksəlməsinə səbəb olmuşdur. Lakin sonrakı illərdə «qiymət qayçısı» praktiki olaraq bərpa olmuşdur.

Qloballaşma proseslərinin inkişafı, təsərrüfat təcrübəsinə internet ümumdünya şəbəkəsinin tətbiqi və elektron ticarətin peyda olması dünya bazarlarının qiymətlərinin formalaşması prosesinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir.

İnternetə qiymət məlumatları ötürülməklə böyük həcmdə məlumat daxil olur. İstehlakçılar az ödəmə ilə mal qiymətləri haqqında lazımi məlumatları almaq, onları müqayisə etmək və tətbiq etmək, bundan sonra lazımi malın alınmasına dair optimal qərar qəbul etmək imkanına sahib olur. Belə də, danışıqlara vaxt azalır.

Məlumatın əlverişliliyi, onun istehlakçı tərəfindən alınmasının sadəliyi və ucuzluğu qiymətləri daha da transparent edir və onların aşağı salınması üçün şərait yaradır, bununla bərabər, informasiya cəhətdən daha da açıq olan satıcılar arasında rəqabətin güclənməsinə imkan yaradır. Elektron alqı-satqı hazır məhsullarla ticarətdə ona o qədər də xas olmayan aktiv qiymət rəqabətini daxil etmişdir. Bu istehlakçılar və texnika satıcılar üçün problem olur, belə ki qiymət rəqabəti qiymətin aşağı salınmasına «işləyir». Təcrübə təsdiq edir ki, internet istehsalçıları və satıcıları üçün nəqliyyat və transaksiya məsrəflərini əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salmağa, qiymətlər haqqında operativ şəkildə məlumat almağa, onu emal etməyə, onu real vaxt rejimində müqayisə etməyə və dəqiqləşdirməyə imkan yaradır. Nəticədə internet vasitəsi ilə satılan məhsula qiymətlərin ümumi aşağı salınması baş verir. Bazar mühiti mükəmməl rəqabətin ideal modelinə yaxınlaşır. Rəqabət gərginliyinin artması və məlumat şəffaflığı alıcının rolunun yüksəlməsinə gətirib çıxarır, bu elə bir həddə gəlib çatır ki, məhz alıcı qiymətləri diktə edir.

Rəqabət mübarizəsində durmaq, biznesdə öz vəziyyətini qorumaq vacibliyi istehsalçıları və satıcıları qiymətlərin aşağı düşməsindən qaçmağa imkan verən və tələb olunan gəlirlilik

səviyyəsini qorumağa kömək edən müxtəlif qiymət strategiyaları tətbiq etməyə imkan yaradır. Bu gün istehlakçılar və satıcılar tərəfindən istifadə olunan qiymət strategiyalarına aşağıdakılar aiddir:

- alıcıların irəli sürülmüş seqmentasiyası – hər bir firma unikal məhsul təklif edir (məsələn, alıcı saytda öz kompyuterinin konfigurasiyasını seçir, belə də mümkün konfigurasiyaların sayı mindən çox olur, qiymətlərin müqayisəsi imkanını kəskin surətdə çətinləşdirir);

- «paket satışları» və ya «paketdən açılmış komplektlər» alıcıya digər mallarla tam və ya qismən, digər mallarla və xidmətlərlə komplektdə mal təklif olunur (məsələn proqram təminatı sonrakı əlavələr və yeniliklər ilə satılır);

- eyni məhsulun müxtəlif modifikasiyalarına müxtəlif qiymətlərin təyini – məlumat məhsulları üçün yaxşı uyğun gəlir (interfeyssə əlavələr edilməsi və s.);

- saxlama strategiyası – əlavə rahatlıqlar təklif olunur (alıcının sifarişi ilə veb-mühitin kastomizasiyası);

- brendinq siyasəti – məşhur brendlərə malik mallara daha yüksək qiymətlərin qoyulmasının ənənəvi strategiyası, həmçinin firma tərəfindən satılan mallara etibar atmosferinin yaradılması;

- qiymət diskriminasiyası və dinamik qiymətyaranma – malın alınma həcmindən, sazişin bağlanması vaxtından, alıcının yaşayış regionundan asılı olaraq internet qiymətlərin avtomatik dəyişməsi;

- çoxkanallı qiymət strategiyası – qiymətlərin müqaviləsini çətinləşdirmək üçün şirkət yalnız adi satışda təqdim etmədiyi malları internet vasitəsi ilə satır;

- istehlakçı ilə uzunmüddətli qarşılıqlı təsir – firma gəlirin birdəfəlik gəlirdən deyil, alıcı ilə uzunmüddətli əlaqələrdən və real imkanlardan irəli gələn gəlirin alınmasına yönəlmişdir (bax: Dünya iqtisadiyyatı və beynəlxalq biznes).

Beləliklə, təsərrüfat əlaqələrinin elektronlaşması, beynəlxalq ticarətə xidmət edən qiymət və qiymət yaranma sahəsində böyük imkanlar açır və dünya bazarında rəqabət mübarizəsinin güclənməsində amil rolunu oynayır.

Dünya qiymətlərinin hesablanması metodları və növləri

Emal sənayesinin məhsullarına dünya qiymətləri bu məhsulun istehsalçıları və ixracatçıları olan iri şirkətlərin ixracat qiymətləridir. İxracat qiymətləri bu şirkətlərin daxili bazardakı qiymətlərinə əsaslanır, bu qiymətləri, adətən, tam və ya birbaşa xərclər metodu ilə hesablayırlar.¹

Tam xərclər metodu üzrə qiymət aşağıdakı yolla hesablanır:

- 1) məhsulun istehsalı ilə bağlı bütün xərclər cəmləşir;
- 2) xərclərin məbləğinə planlaşdırılan gəlirin dəyəri əlavə olunur. Beləliklə, mal vahidinin fabrikin qiymətini əldə edirlər.

Birbaşa xərclər metodu aşağıdakı prosedurları nəzərdə tutur:

- 1) bütün məsariflər birbaşa (dəyişkən) və əlavə xərclərə bölünür;
- 2) dəyişkən xərclərə müəyyən əlavə artırılır;
- 3) nəzərdə tutulan qiymətlərin və satış həcmlərinin bir neçə variantı müəyyən olunur;
- 4) birbaşa (dəyişkən) xərclərin məbləği hesablanır və məhsulun bir vahidinə və nəzərdə tutulan qiymət üzrə bütün satışların marjinal (əlavə olunmuş) gəliri müəyyənləşir;
- 5) marjinal gəlirin əldə edilmiş məbləğindən daima xərcləri çıxaraq reallaşmadan gəlirlər əldə edirlər.

Gəliri bütün variantlar üzrə müqayisə edərək müəyyən edilir ki, nəzərdə tutulmuş qiymətlərdən hansı maksimal gəlir gətirə bilər.

Dünya qiymətləri müxtəlif asılı funksiyalara malikdir, bu funksiyalar mürəkkəb çoxsəviyyəli kompleks yaradır. Onlar bir sıra iqtisadi funksiya yerinə yetirir. Ən vacib aşağıdakılar sayılır:

¹ Вах. Никитин С., Глазова Е., Степанова М. Мировые цены: особенности формирования// Мировая экономика и международные отношения. 1997. № 3.

- indikativ – bazarın konyunkturasını qiymətləndirməyə imkan verir;

- kommunikativ – bazarın subyektlər arasında əlaqəni həyata keçirir;

- distribütiv – bazarın subyektlərinin gəlirlərini paylaşmağa imkan verir;

- stimullaşdırıcı – dövlətlərin və şirkətlərin ixrac-idxal siyasətinin dəyişməsinə imkan yaradır.

Aşağıdakı tələblərə cavab verən qiymət dünya qiyməti adlanır.

- saziş, yəni qiymətin səviyyəsinə təsir göstərə biləcək tərəflərin heç bir əlavə öhdəlikləri ilə sıxılmayan olmalıdır, yəni qiymət «təmiz» olmalıdır;

- saziş miqyaslı, qiymət isə onun xidmət etdiyi ölçü nöqteyi-nəzərdən nüfuzlu olmalıdır və azad ticarət-siyasət rejimi şəraitində yerinə yetirilməlidir;

- sazişlər mütəmadi xarakter daşıyır, onlar ticarət adət və ənənələri qorunan iri beynəlxalq mərkəzlərdə bağlanılır, qiymət isə azad konvensiya edən valyutada ifadə olunur.

Beynəlxalq biznesin təcrübəsində dünya qiymətləri kimi, adətən vacib satıcıların (ixracatçıların) və alıcıların (idxalatçıların) qiymətləri və ya mal ilə sazişlər həyata keçirilən zaman təyin olunan əsas beynəlxalq ticarət mərkəzlərinin qiymətləri istifadə olunur.

Dünya bazarı tətbiq olunan qiymətlərin çoxluğu ilə xarakterizə edilir, bu da müxtəlif kommersiya və ticarət-siyasi amillərin təsiri ilə xarakterizə olunur. Qiymətlərin çoxluğu bir mala və ya bir keyfiyyətə malik olan mala bir sıra qiymətlərin olması deməkdir. Bununla əlaqədar aşağıdakı qiymətlər ayırd edilir:

- adi kommersiya sazişləri üzrə qiymətlər, azad konvensiya olunan valyutada, məhdud konvensiya olunan və ya konvensiya olunmayan valyutada;

- xüsusi qiymətlər: barter, dövlət yardımı proqramları ilə, transfert.

Beynəlxalq ticarətdə iki əsas qiymət növü tətbiq edirlər:

- *hesablama qiymətləri* – konkret növ sənaye mallarına onların mövcud hesablama metodlarına müvafiq olaraq ixracatçı firmalar tərəfindən təyin olunur (tam və birbaşa xərclər metodu);

- *dərc olunan qiymətlər* – məlumatın xüsusi və firma mənbələrində məlumat verilən qiymətlər.

Həmçinin, *məlumat qiymətlərini* ayırd edirlər – daxili topdansatış və beynəlxalq ticarət kanalları üzrə realizasiya olunan malların qiymətləri. Onlar istehsalçılar, informasiya agentlikləri, broker filialları tərəfindən dövrü nəşrlərdə: iqtisadi sahə qəzetlərində və jurnallarında, xüsusi bülletenlərdə, firma kataloqlarında, preyskurantlarda və prospektlərdə hesablanır və nəşr olunur.

Məlumat qiymətlərinin köməyi ilə istehsalçı və ya satıcı (ixracatçı) alıcıları mal və xidmətlərin satış şərtləri haqqında alıcıları məlumatlandırır. Onlar təchizatçı üçün təklif qiymətlərinin müəyyənləşməsi zamanı baza rolunu, alıcı üçün sazişin qiymətinin «razılaşdırılması» zamanı oriyentir rolunu oynayır.

«Razılaşdırma» zamanı müxtəlif endirimlərdən istifadə edirlər:

- miqdar – onların dəyəri 15 % çatır və sifarişin həcmindən və seriyalılığından asılıdır. Kiçik partiyalarda və ya fərdi sifariş üzrə istehsal olunan mallar üçün vacibdir;

- bonus – iri topdan alıcılara, bir qayda olaraq, müəmmadi müştərilərə, illik həcmə şərtləndirilmiş həcmə görə təqdim olunur. Dövryyə dəyərinin 7-8 %-i təşkil edə bilər;

- «skonto» - nağd ödəməyə və ya əvvəlcədən ödəməyə görə təqdim olunur və sazişin 3-5 %-i təşkil edir;

- diler – topdan və pərakəndə satıcılarına, agentlərə və vasitəçilərə təqdim olunur. Dilerlərin satış və servise xərclərini ödəməlidir və onlara müəyyən gəlir təmin edir. Diler endiRim-

lərinin məbləği malın növündən və xidmətlərin həcmindən asılıdır və 30 %-ə qədər çata bilər;

- müvəqqəti – fəslə xarakter daşıyan kütləvi tələbat məhsullarına;

- xüsusi-firmanın uzun müddət əlaqəsi olan və ya digər formalı xüsusi münasibətləri olan alıcılar üçün. Bu endirimlərin məbləği – kommersiya sirri, təxminən 5-8 % təşkil edir;

- bağlı – qapalı iqtisadi məkanda dövriyyə edən məhsul üçün;

- firmadaxili təchizatlarda;

- beynəlxalq qapalı qruplaşmaların daxili ticarətində;

- xüsusi hökumətlərarası razılaşma olan mallarla ticarətdə.

Beynəlxalq ticarətdə endirimlər o qədər yayılmışdır ki, onların ümumi həcmi əvvəl elan olunmuş preyskurant qiymətin dəyərinin 50 %-in çata bilər. Bu məlumat qiymətlərin informasiya məqsədləri üçün istifadəsini çətinləşdirir.

Məlumat qiymətləri xammala, materiallara, yanacağa, kimyəvi məhsula, metalların prokatına təsir göstərir və təchizatların bazis şərtlərinə müvafiq olaraq təyin olunur. Bununla əlaqədar ixracatçıların, idxalatçıların və idxalatçıların məlumat qiymətlərini təyin edir, onlarda CİF, FOB, FAS, KAF şərtlərində formalaşdırır.¹

CİF qiyməti o deməkdir ki, malın daşınması, gömrük rüsumlarının ödənilməsi, sığorta üzrə yığımların verilməsi, həmçinin, malın korlanması və ya ləğv olunması xərcləri daxil olmaqla bütün xərcləri daxil edir.

FOB qiyməti o deməkdir ki, satıcı yalnız nəql etmə və sığortalama üzrə xərclərin bir hissəsini, yəni malın gəminin bortuna çatdırılması anına qədər daşıyır.

FAS qiyməti göndərənin nəqliyyat-ekspeditor xərclərini malın limana qədər çatdırılması ilə məhdudlaşdırır.

¹ Бах. Основы внешнеэкономических знаний: Словарь-справочник. М.: Высшая школа, 1993

KAF qiyməti tamamilə malın nəql edilməsi üzrə bütün xərcləri daxil edir, lakin sığortalama üzrə xərcləri daxil etmir.

FOB qiymət şərtləri xammal məhsulları üçün xasdır. Məsələn, neftə dünya qiymətləri: FOB – Finlandiya limanları. Hazır məhsul üçün, adətən, CİF və CİP şərtləri üzrə qiymətləri istifadə edirlər.

Beynəlxalq birja qiymət təyin etmələri – kütləvi və oxşar malların daimi fəaliyyət göstərən topdansatış bazarının qiymətləri. Birja qiymətləri birjanın qiymət təyinedici komissiyası tərəfindən təyin edilir və birja bülletenlərində, həmçinin kütləvi dövrü nəşrlərdə dərc edilir.

Birja qiymətləri, əsasən, xammal məhsullarına şamil edilir. Beynəlxalq mal birjalarının rəsmi qiymətləri dünya qiymətləri haqqında ən mötəbər məlumat mənbəyidir, belə ki, dünya qiymətlərinin bütün əlamətlərinə böyük dərəcədə müvafiqdir.

Beynəlxalq mal auksionlarının qiymətləri – müəyyən bir müddətə təşkil edilmiş xüsusi açıq satış bazarlarında fəaliyyət göstərən qiymətlərdir.

Onlar kənd təsərrüfatı, balıqçılıq, ovçuluq məhsullarına, qiymətli daşlara, incəsənət əsərlərinə, yəni baxış və nümayiş tələb edən standart məhsullara olan qiymətlərdir. Aukسیونların qiymətləri yalnız nağd mala təyin olunur. Start qiymətinin səviyyəsi satılan malın dəyəri, auksionun keçirilmə tezliyi, həmçinin satıcının sahibkarlıq qabiliyyəti ilə müəyyənləşir. Faktiki satışın qiymətinin səviyyəsi bazarın konyunkturasından və alqı-satqı aparən işçinin peşəkar imkanlarından asılıdır.

Beynəlxalq hərracların qiymətləri – malların təchizatına sifarişlərin verilməsi və ya müəyyən işlərin aparılmasına dair podryadların yerinə yetirilməsinə əsaslanmış ixtisaslaşmış beynəlxalq ticarət formasının qiymətləridir. Qiymətin inkişafının ümumi tendensiyası – endirilmə tendensiyasıdır: digər bərabər şəraitdə sifarişçi nisbətən ucuz təklifi üstün tutur. Hərracların qiymətləri, bir qayda olaraq, dövlətin müdaxiləsinin ob-

yektidir, belə ki, sifarişlərin və podryadların böyük hissəsi dövlət tərəfindən təyin olunan qaydalarla reqlamentasiya olunur. Qiymətlər haqqında məlumat, əsasən, qapalıdır.

Əmək-dəyər nəzəriyyəsinə əsasən, qiymət lazım olan ictimai əməyin və həmin ölkə üçün intensivliyi, işçinin bacarığı və orta şərtləri üzrə malda cəmləşmiş pulla ifadəsidir.

Faktiki sazişlərin (beynəlxalq müqavilələrin) qiymətləri – tərəflərin qeyd etdiyi daxili və xarici bazarda məhsulun alqı-satqı qiymətləridir. İqtisadi məzmununa görə onlar istehlak qiymətlərinə müvafiqdir. Bu qiymətlər bazarın konyunkturasının obyektiv təsdiqidir, məhsulun satışının konkret şəraitini əks etdirir və xarici iqtisadi fəaliyyətin iştirakçıları üçün vacib və mötəbər məlumat rolunu oynayır, belə ki, real əməliyyatlarla bağlıdır. Amma faktiki sazişlərin qiyməti, adətən, az halda məlum olur, belə ki, kommersiya sirrini təşkil edir. Qiymətin absolyut səviyyəsi haqqında məlumat olmadığı şəraitdə tələb olunan qiymət səviyyələrini hesablama yolu ilə təyin edirlər. Bunun üçün beynəlxalq statistik toplularda dərc olunan sahələr üzrə material tutumluluğun, əməktutumluluğun, fondtutumluluğun və gəlirliliyin orta göstəricilərindən istifadə edirlər. *Təklif qiymətləri* (yəni, satıcıların qiymətləri) fərdi və az seriyalı istehsal məhsulu üçün istehsalçılar tərəfindən tərtib olunur. Onlar reklam prospektlərində, bülletenlərdə, sahə, dövrü nəşrlərdə çap olunur, onlar haqqında məlumat birbaşa sifarişçiye göndərilə bilər.

Təklif qiymətinin formalaşması zamanı malın qeyri-standart olması nəticəsində, ilk növbədə, bazarın konyunkturası deyil, daxili istehsalat şəraitləri nəzərə alınır. Təklif qiyməti müxtəlif yollarla hesablanır: xərc, parametrik, normativ-parametrik, istehlak effektinin ekspert hesablaması ilə.

Beləliklə, xarici iqtisadi fəaliyyətin iştirakçısı qiymət oriyentirini seçdikdə dünya qiymətləri haqqında müxtəlif məlumatla qarşılaşır. Ona istifadənin əsas qaydalarını bilmək lazımdır.

Qiymət göstəricilərinin düzgünlüyü və obyektivliyi lokal qiymət göstəriciləri deyil, dinamik sıralar tədqiq olunanda yüksəlir. Uzun müddət zamanında qiymətlərin təhlili satıcının qiymət «artırmasını», bazar dəyişmələrini dəqiq müəyyənləşdirməyə imkan verir. Nə vaxt mal bir çox bazarlarda reallaşdığı təqdirdə ticarətin təşkilinin bütün formalarının qiymətlərini tutuşdurmaq məqsədəuyğun olardı.

Təklif qiymətlərinin xas olduğu qeyri-standart məhsula qiymətlərin səviyyəsi haqqında dəqiq məlumatın alınması aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- mümkün qədər çox təklif qiymətinin öyrənilməsi, dünya təcrübəsi ilə tanışlıq;
- vasitəçilərin deyil, aparıcı istehsalçı firmaların qiymətlərinin tədqiqi;
- məlumat kimi korporasiyadaxili (transfert) qiymətlərin istifadəsindən imtina, belə ki, bu qiymətlər indikativ funksiya (dünya bazarının konyunkturasının əks funksiyası) malikdir və yalnız korporasiyadaxili məsələləri həll etmək üçün yararlıdır.

Həmçinin, yadda saxlamaq lazımdır ki, sazişlərin mün-təzəmliliyi və miqyası, məhsulun isə oxşarlığı nə qədər az olsa, o qədər də az səviyyədə qiymət məlumatı düzgündür və bu məlumatın qiymət oriyentiri qismində istifadəsi üçün, metodiki emal olunması vacibliyi böyükdür

FƏSİL 4. BEYNƏLXALQ TİCARƏTİN MÜASİR MÜBAHİSƏLİ TƏŞKİLATI FORMALARI

Beynəlxalq ticarət prosesində xarici əməkdaşlar (ixracatçı və ya idxalatçı) tapmaq, sazişlərin qarşılıqlı gəlirli şəraitini formalaşdırmaq, mala qiyməti təyin etmək, qarşılıqlı hesablaşmaları həyata keçirmək, malı satcının əlindən alıcının əlinə ötürmək və s. vacibdir. Ticarət obyektı olan malların (xammal, ərzaq, hazır maşın texniki məhsulu, geniş istehlak malları və s.) xüsusiyyətlərinin müxtəlifliyi şəraitində qərarların yüngülləşdirilməsi üçün cəmiyyət beynəlxalq ticarətin təşkilatı formalarını yaratmışdır. Onlar arasında yarış tipli formalar xüsusi yer tutur: mal birjalrı, auksionları və torqları.

Beynəlxalq mal birjalrı

Topdan ticarətin ilk forması – karvan – qədim zamanda yaradılmışdır, sonradan onu vahid mərkəz kimi fəaliyyət göstərən yarmarkalar əvəzlədi, burada XVI əsrin sonlarına qədər mal ilə sazişlər həyata keçirilmişdir. Amerikanın kəşfi və Avropada kapitalizmin yaranması ilə aktivləşən ticarətin inkişafı mütəmadi fəaliyyət göstərən ixtisaslaşmış formanın – *birjanın* (latın dilindən bursa – pul kisəsi) yaranmasını stimullaşdırırdı.

İlk birjalar siyahısına 1531-ci ildə Antverpendə, o zamanların ümumavropa ticarət mərkəzində yaranan birjanı aid edirlər. Onu ilk beynəlxalq birja adlandırmaq olar, belə ki, onun işində bir çox ölkədən olan tacirlər xüsusi rol oynayır. 1549-cu ildə Lionda və Tuluzada (Fransa), 1570-ci ildə isə Londonda birjalar açılır. Birjaların tarixində böyük rolunu Amsterdam mal birjası (1608) oynamışdır, burada ilk dəfə malların nümunələri və problemləri üzrə ticarət aparılmışdır,

sonradan mallar üçün orta keyfiyyət normaları təyin olunmuşdur, bu da ticarətin məhsul birjaya təqdim edilmədən aparılmasına kömək etmişdir. Burada qiymətli kağızlarla Hollandiyanın, İngiltərənin, Portuqaliyanın dövlət borclarının istiqrazları, Hollandiya Ost İndiya, sonradan isə Vest İndiya ticarət şirkətlərinin səhmləri ilə ticarətə başlamışdır. Təxminən 1720-ci ildən başlayaraq Amsterdam birjasında qiymətli kağızlarla bazar ticarəti aparılmağa başlanmışdır.

Yaponiyada ilk birja (düyü ilə ticarət üzrə) 1790-cı ildə, ABŞ-da, Çikaqoda – 1848-ci ildə peyda olmuşdur.

İlk Rusiya birjası I Pyotr tərəfindən Sankt-Peterburqdan Amsterdama səyahət etdikdən sonra yaranmışdır. Orada ordu və donanmaya xidmət edən dövlət manufakturalarının mal vekselləri dövriyyə edirdi. Lakin o zaman Rusiyada birja ticarəti üçün obyektiv şərait yox idi, bunun üçün ikinci birja yalnız 1796-cı ildə Odessada, üçüncüsü sonrakı əsrdə (1816) Varşavada peyda olmuşdur. 1837-ci ildə Moskva birjası yaradılmışdır. Bütün ölkə boyu (İskutstkda, Tulada, Kazanda, Riqada, Samarada, Kiyevdə, Həştərxanda, Saratovda, Xarkovda və digər şəhərlərdə) birjaların yaranması ilə müşayiət olunan birja ticarətinin çiçəklənməsi 1860-cı ilə təsadüf etmişdir. 1890-cı ildə iri çörək birjalari: Sankt-Peterburq Kalaşnikovsk (1895), Moskva (1896), Voronej (1897), Tsaritsın (1899) yaranmışdır.

1914-cü ildə Rusiyada 115 birja fəaliyyət göstərmişdir. Qərbdəki birjalardan fərqli olaraq, onlar nəinki təşkil olunmuş bazarlar, həmçinin ticarətin və sənayenin maraqlarını təmsil və müdafiə edən orqanlar idi. Onların səlahiyyətlərinə nəqliyyat, çörək ticarəti məsələləri, gömrük-vergi məsələləri də daxil idi. Rusiya birjalarında spekulyasiya yox idi, əməliyyatlar yalnız real məhsulla aparılırdı.

Müasir mal birjalari – topdan ticarətin müxtəlif formalarının uzunmüddətli təkamülünün nəticəsidir və daima fəaliyyət göstərən, təşkil olunmuş mal bazarının növlərindən biridir: burada oxşar malların böyük partiyalarla ticarəti aparılır.

Birjalar əhəmiyyətli dərəcədə dünya ticarətinə təsir edir. Onların vasitəsilə kənd təsərrüfatı malları, sənaye xammalı və yarımfabrikatlar ilə beynəlxalq ticarətin 20-30 %-i reallaşır. Birja standartlarına müvafiq olaraq, vahid şəkildə satılmış məhsulun eyni yerdə və eyni vaxtda kütləvi satılması, ilk növbədə, real bazar qiymətlərinin formalaşmasına imkan yaradır. Birjada gözlənilməz amillərin qiymətlərə və bazar konyunkturasına təsiri tarazlanır. Eyni zamanda, birja mexanizmi satıcılara və alıcılara ön müxtəlif səbəblərlə (təbii fəlakətlər, bədbəxt hadisələr, siyasi hadisələr) tələbat və təklifin dəyişməsinə operativ reaksiya verməyə imkan verir. Belədə vacib rolu müəyyən bir vaxtda həyata keçirilmiş sazişlərin nəticələrinin ümumiləşdirilməsinə əsaslanan qiymətlərin birja kotirovkası oynayır. Kotirovka bazarın dəyişən konyunkturası şəraitində satıcı və alıcılar üçün əsas istiqamətləndirici rolunu oynayır. Onun vasitəsi ilə ayrı-ayrı təsərrüfat subyektləri və bütün bazar ilə daima əks-əlaqə həyata keçirilir. Hətta, bu malların birjadan kənar ticarətində qiymətlər birja qiymətlərinə əsaslanaraq qoyulur.

Birja mallarına tamamilə və ya qismən birjalar vasitəsilə ilə satılan və qarşılıqlı əvəzetmə, oxşarlıq, keyfiyyət standartının təyin olunması imkanı kimi xüsusiyyətlərə malik olan mallardır. Bir qayda olaraq, birja məhsulu – yalnız ilkin emalı keçmiş məhsuldur, yəni xammal və ya yarımfabrikatdır. Bir çox ölkələrdə, məsələn, ABŞ-da sənaye istehsalının tam hazır son məhsulları birja satışına buraxılmır, belə ki, onların istehsalının həcmi azaldılması və ya çoxaldılması istehsalçıların istəyindən asılıdır və müvafiq olaraq onlar qiyməti idarə edə bilər.

Birja malı müəyyən tələblərə müvafiq olmalıdır:

- oxşar (dəyişdirilən) olmalıdır, yəni hər bir partiya istehlakçı üçün zərər vermədən anolaji keyfiyyət və miqdara malik digər mal partiyası ilə əvəzlənir;

- asan standartlaşmalıdır, bu da konkret mala tələb və təklifin aşkar olunması üçün şəraitin demonopollaşmasına

imkan yaradır. Birja standartı alqı-satqı üçün təklif olunan mal miqdarı kimi tələbi də daxil edir. Mal birjada birja vahidləri kimi qəti müəyyən olunmuş parametrlərə müvafiq olaraq satılır və alınır və ya nəqliyyat vasitələrinin həcmi, yerini və çəkisini nəzərdə tutur. Bunun satışların faktiki həmi (partiya, lot) birja vahidinə tam bölünən olmalıdır. Birja malı, həmçinin təchizatın standart vaxtı və yerini nəzərdə tutur;

- kütləvi olmalıdır, yəni böyük həcmdə, çoxlu sayda istehsalçılar tərəfindən buraxılmalıdır və çoxlu sayda istehlakçılar tərəfindən alınmalıdır;

- onun təklifi, bir qayda olaraq, uzun müddət ərzində tələbatdan çox olmalıdır;

- birja malına tələbatın və təklifin miqdarı asan proqnozlaşdırılan olmalıdır;

- vacib şərtlərdən biri də, azad qiymətin yaranmasıdır, yəni malın qiyməti bazar konyunkturasından, həmçinin digər amillərdən (sosial, iqtisadi, siyasi, fors-major) asılı olaraq azad təyin olmalıdır. Eyni zamanda, əgər, ticarətin sabit payı və qeyri-müstəmləkə iştirakçıları-satıcılar və ya alıcılar var-dırsa, hətta yüksək monopollaşmaya malik olan mallarla birja ticarəti mümkündür. Məsələn, neft və neft məhsulları bazarı.

Ümumiyyətlə, mal birjalarında satılan malların sayı son 100 il ərzində əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır. XIX əsrin sonlarında 200 addan artıq birja malı var idi, hal-hazırda isə birja ticarətinin obyektı təxminən 79 növ maldır. Onları aşağıdakı qruplara və yarımqruplara bölürlər:

- kənd təsərrüfatı və meşə malları, onların emal məhsulları:

- taxılçılıq (buğda, qarğıdalı, arpa, çovdar, yulaf);
- yağıtoxumlular (soya, paxla);
- heyvandarlıq məhsulu (diri iribuynuzlu mal-qara, donuzlar, ət, bud, və s.);
- kartof;
- apelsin şirəsinin dondurulmuş konsentratı;

- toxuculuq qrupunun malları (pambıq, yun, ipək, iplik, kətan);

- qida məhsulları (şəkər, kofe, kakao paxlaları);

- təbii kauçuk;

- meşə malları (taxta-şalban, faner).

• sənaye xammalı və yarımfabrikatlar:

- enerjidaşıyıcıları;

- qiymətli daşlar;

- rəngli metallar.

Statistik analiz göstərir ki, kənd təsərrüfatı və meşə mallarına bütün birja ticarətinin 55 %-ə yaxını düşür. Birja mallarının nomenklaturası bir sıra faktorlardan asılıdır. Onlar arasında elmi-texniki tərəqqi böyük yeri tutur. Onun sayəsində malların çoxlu sayda süni və sintetik əvəzediciləri yaradılmışdır.

Digər tərəfdən, elmi-texniki tərəqqi bəzi təbii materialların stabil keyfiyyətinin əldə edilməsinə səbəb olmuşdur, bu onların birja malları sırasına daxil olmasına kömək etmişdir. Hal-hazırda birjalarda dövriyyəyə nəinki hiss olunan, hətta hiss olunmayan mallar da daxil olmuşdur (cədvəl 5).

Cədvəl 5

Müasir birjaların təsnifatı

Əlamət	Birjaların növü
Birja malının növü	Mal Mal-xammal Fond Valyuta Əmək birjası
Təşkilat prinsipləri	İctimai Özəl
Müştərilərin birja hərraclarında iştirakının forması	Açıq Bağlı
Malların nomenklaturası	Universal İxtisaslaşmış
Hazırkı malın ticarətdə rolu	Beynəlxalq

	Regional Milli
Əməliyyatların xarakteri	Real mal birjalari (spot) Fyuçers Opsion
Fəaliyyətin xarakteri	Gəlirli (kommersiya) Gəlirsiz (qeyri-kommersiya)

Birja malının növünə görə:

- mal birjası;
- mal-xammal birjası;
- fond birjası – qiymətli kağızlar (səhm və istiqrazlar) bazarı. Onlarla ticarət mütəmadi olaraq qəbul olunmuş qaydalara müvafiq olaraq aparılır, Fond birjalarının dövriyyəsi bir neçə trilyon dollarla hesablanır. Onlardan ən iriləri – Nyu-York, London, Tokio, Frankfurt, Paris birjalarıdır;

- valyuta birjası;

- əmək birjası.

Təşkilat prinsiplərinə görə:

- ictimai birjalar – iş birliklərini birjaların üzvləri və onlara üzv olmayan, hərraca birdəfəlik biletlərlə buraxılan sahibkarlar həyata keçirə bilər. Bu cür birja növləri Fransada, Belçikada, Hollandiyada çoxdur;

- özəl birjalar, səhmdar şirkətlər şəklində təşkil olunanlar. Birjaların üzvləri sazişlərin bağlanması üçün monopol hüquq əldə edirlər.

Müştərilərin birja hərraclarında iştirakının formasına görə:

- açıq birjalar – birja əməliyyatlarını həyata keçirmək hüququ həm birjaların üzvlərinə, həm də təyin olunmuş pulu ödəmiş istənilən maraqlı şəxslərə təqdim olunur;

- bağlı birjalar – birja əməliyyatları yalnız birja üzvləri tərəfindən həyata keçirilir, onların qismində broker və digər vasitəçi firmalar çıxış edə bilər. Bütün digər maraqlı şəxslər-birja əməliyyatlarında, yalnız birja üzvlərinin vasitəçiliyi ilə

iştirak edə bilərlər. Xaricdəki müasir birjalar, əsasən, bağlı olur. Əməliyyatların əsas hissəsini brokerlər həyata keçirir.

Malların nomenklaturasına görə:

- universal birjalar – hərraclar geniş mal dairəsi üzrə aparılır;

- ixtisaslaşmış birjalar – mala görə ixtisaslaşmaya malikdirlər. Onlar öz növbəsində geniş profilli ixtisaslaşmış birjalara (məsələn, Nyu-York, London metal birjaları) və dar profilli ixtisaslaşmış birjalara (ABŞ-da Kansas city of trade - buğda birjası). Dar ixtisaslaşmış birjalar vaxt keçdikcə azalır.

Həmin mala ticarətdə roluna görə:

- beynəlxalq birjalar – bütün dünya bazarının müvafiq mala dair tələbatını yerinə yetirir. Belə də malın özü aktiv ticarətin mövzusu olmalıdır. Birjanın beynəlxalq statusu, həmçinin azad valyuta, ticarət və vergi rejimlərini nəzərdə tutur, bu da birja ticarətində xarici iş adamlarının iştirakına imkan yaradır;

- regional birjalar – daha qısa iştirakçı dairəsinə malik əməliyyatlara yönəlmişdir (bir sıra ölkənin bazarına xidmət edir);

- milli birjalar – ayrı götürülmüş ölkənin daxili bazarına istiqamətlənmişdir. Bu cür birjalar ticarət və vergi rejimlərində məhdudiyyətlərə malikdirlər, bu da xarici şəxslərin əməliyyatlarda iştirakını və arbitraj sazişlərin aparılmasını mümkünəşür edir.

Əməliyyatların xarakterinə görə:

- real mal (spot) birjalrı – sazişlər nağd mallara bağlanır. Satıcılar malı birja qaydaları ilə təyin olunmuş müddətdə, (əsasən, bu iki həftə olur) birjanın anbarına çatdırmağa borcludurlar. Verilmiş mala görə satıcı şəhadətnamə – warrant alır, bu da ödəmədən sonra alıcıya ötürülür. Real malın satışı üzrə sazişlər təchizatla daha uzun müddətdən sonra bağlana bilər, məsələn, üç aydan sonra. Bu halda onlar forvard adlanır. Hal-hazırda aktiv şəkildə işləyən real mal birjalrı çox

az qalıb (əsasən, Hindistanda, İndoneziyada, digər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə);

- fyuçers birjaları – bu birjalarda fyuçers sazişlərinin bağlanması həyata keçirilir. Bu sazişlər real malın alınması üçün nəzərdə tutulmur, əlverişsiz hallarda qiymətin dəyişməsində əməliyyatları sığorta etmək və ya qiymətin dəyişməsi nəticəsində saziş ləğv edildikdən sonra qiymət fərqlərini almaq məqsədini daşıyır. Fyuçers sazişləri əlverişsiz hallarda qiymətin kapital sferasında qalxması və ya aşağı düşməsi zamanı riskləri aşağı salmaq, avans olunmuş kapital formasında pul vəsaitinin geri qaytarılmasını sürətləndirmək, kreditlə ticarəti ucuzlaşdırmaq və tədavi xərclərini aşağı salmağa imkan verir. Fyuçerslə birjada ticarət real mal birjalarından sazişin fiktiv xarakterə malik olmaq üstünlükləri ilə fərqlənir (ancaq sazişin 1-2 %-i malın göndərilməsi ilə, qalanları isə qiymət fərqlərinin ödənilməsi ilə başa çatır). Dünyanın bütün fyuçers birjalarında əməliyyatların həcmi 10 trln. dolları ötüb keçir);

- opsiyon birjalar – bu birjalarda sazişlər opsiyonlarla bağlanır, yəni opsiyon gələcəkdə sazişdə müəyyən edilmiş vaxtda və qiymət üzrə müəyyən müddətə hər hansı bir miqdarda malın alınması və ya satılması haqqında standart kontraktdır. Opsionun alıcısı satıcıya müəyyən mükafatın ödənilməsi haqqında öhdəçilik qəbul edir və mal almaq və ya satmaq üçün borclu deyil. Üç tip opsiyon saziş fərqləndirilir:

- opsiyon «koll» - opsiyonun alıcısı sazişin ləğv olunması tarixi başlayana qədər malın alınması və ya alışdan imtina haqqında məlumat verməlidir;

- opsiyon «put» - opsiyonun alıcısı sazişin ləğv olunması tarixi başlayana qədər malın satılması və ya satışdan imtina haqqında məlumat verməlidir;

- ikili opsiyon – opsiyonun alıcısı ləğv olunma tarixi başlayana qədər malın satılması və ya alınması haqqında məlumat verməlidir.

- bütün növ sazişlərin həyata keçirildiyi qarışıq birjalar.

Fəaliyyət xarakterinə görə:

- gəlirli (kommersiya) birjaları;
- gəlirsiz (qeyri-kommersiya) birjaları;

Beynəlxalq birja ticarəti aydın ifadə olunmuş coğrafi konsentrasiyaya malikdir. Aparıcı mərkəzlər ABŞ, Böyük Britaniya və Yaponiyadır. ABŞ birjaları tarixi olaraq kənd təsərrüfatı məhsulunda, Böyük Britaniya qiymətli və əlvan metallarda, həmçinin enerji daşıyıcılarda, Yaponiya aqrar məhsullarda ixtisaslaşmışdır.

Amerika birjalarının rolu İkinci Dünya müharibəsindən əvvəl və sonra artmışdır, bu vaxt onların üzərinə dünya birja əməliyyatlarının 90 %-i düşürdü. 1985-ci ildən 1990-cı ilə qədər fyuçers ticarətinin ABŞ kənarında həcmi 12,8 %-dən 46,8 %-ə qədər yüksəlmişdir. Fyuçers ticarətinin həcmi Asiyada iki dəfə, Avropada isə üç dəfə artmışdır.

Ən iri beynəlxalq mal birjaları inkişaf etmiş ölkələrdə, əsasən, ABŞ və Böyük Britaniyada yerləşir:

- Çikaqo ticarət birjası (Chicago Board of Trade) – dünyada dənli bitkilər, qiymətli daşlar, ABŞ-ın xəzinə biletləri və istiqrazları, bələdiyyə istiqrazları, səhm və istiqraz indeksləri ilə sazişlər aparılan ən iri birjadır.

- Çikaqo mal birjası (Chicago Mercatile Exchange) – böyüklüyünə görə ikincidir. Qaramalın, donuzların və taxtaşalbanın satışı. Əsas sazişlər xəzinə biletləri, valyuta, səhm indekslərinə düşür.

- Nyu-York mal birjası (New York Mercatile Exchange) – bağlanmış sazişlərin sayına görə üçüncüdür. Sazişlərin mövzusu yanacaq və xam neft, propan, benzin, ağ qızıl və paladium.

- Nyu-Yorkdakı «Komeks» birjası (Commodity Exchange) - mis, alüminium, qızıl, gümüş, səhm indeksi ilə əməliyyatlar.

- Orta Amerika birjası (MidAmerican Commodity Exchange) – dənli bitkilər, qaramal və donuzla, qiymətli daşlarla, valyuta ilə alver edir.

- London Beynəlxalq maliyyə fuçers birjası (London International Financial Futures Exchange) – Böyük Britaniyanın ən iri birjasıdır, maliyyə alətləri (dövlətin qiymətli kağızları, valyuta səhm indeksləri) ilə alver edir.

- London metal birjası (Londoq Metal Exchange) – alüminium, miss, nikel, qalay, qurğuşun və sink ilə ticarət üzrə ən iri birjadır.

- London beynəlxalq neft birjası (International Petroleum Exchange) – dizel yanacağı, mazut, Şimal dənizi nefti ilə əməliyyatlar həyata keçirir.

Yaponiyada ən iri birja Tokio mal birjasıdır, Avstraliyada – Sidney fuçers birjasıdır. Fransanın ən iri birjalarından biri Parij MATF birjasıdır. Oradakı əməliyyatların əsas hissəsi dövlət istiqrazlarının üzərinə düşür, mala dair sazişlər isə az həcmdə həyata keçirilir.

İnkişaf edən ölkələrdə, həmçinin birja ticarətinin mərkəzləri inkişaf etmişdir. Sinqapurda beynəlxalq valyuta birjasında yanacaq və qızıla dair müqavilələrlə, Sinqapur mal birjasının kauçuk Assosiasiyasının birjasında isə kauçuka dair fuçerslərlə ticarət həyata keçirilir. İri birjalardan biri Braziliyada yaradılmışdır, burada 1991-ci ildən kofeyə, pambığa və mal ətinə müqavilələrlə ticarət aparılır.

Hazırda fuçers mal birjalarında inkişaf etmiş ölkələrin şirkətləri nisbətən aktiv ticarət edirlər, lakin bir neçə inkişaf etməkdə olan ölkələr inkişaf etmiş ölkələrin birja üzvüdür. Belə ki, London metal birjasının assosiasiya edilmiş üzvləri arasında «Memako» (Zambiya), «Çili Koper LTD» (Çili), «Qekamines» (Zair), Nyu-York birjasının üzvü «Komeks» Meksikanın Milli bankı hesab edilir. Son illərdə yanacaq fuçers və opsiya birja bazarlarında büdcəyə daxil olmaları müdafiə etməyə (məsələn, Meksika və Braziliya maliyyə nazirlikləri) inkişaf etməkdə olan dövlət strukturları da cəhd göstərilir.

Hərrac ticarətin inkişaf meyilləri və perspektivləri

Beynəlxalq ticarətin tərkib formalarından biri də auk-sionlardır (hərraclar) – (lat.auctio – açıq hərracdən satış) – açıq hərraclar vasitəsi ilə əvvəlcədən müəyyənləşdirilmiş vaxtda və xüsusi olaraq təyin edilmiş yerdə müəyyən fərdi xassəli real malların satışı həyata keçirilən xüsusi təşkil edilmiş və vaxtaşırı bazarın müəyyən yerlərində fəaliyyət göstərən ticarət anlayışı.

Təşkilati ticarətin forması kimi auksionlar ticarət birjalarından əvvəl yaranmışdır. Onlar ildə bir və ya bir neçə dəfə, adətən, hər bir auksion üçün ənənəvi olan fəsildə keçirilir. Auksion başlamazdan əvvəl satıcılardan qəbul edilmiş mallar keyfiyyətindən asılı olaraq, partiyalarla (lotlarla) çeşidləşdirilir, hər bir partiyadan nümunə götürülür, lota isə nömrə verilir. Bir neçə lot stringlərə birləşdirilə bilər. Sonra kataloq dərc edilir və potensial alıcılara göndərilir. Birjalardan fərqli olaraq, auksionlarda fərdi keyfiyyətli mallar satılır, bu səbəbdən də həmin mallar auksion prosedurlarından əvvəl alıcı tərəfindən baxılmalı və yoxlanılmalıdır. İlk baxış – hərrac ticarətinin zəruri şərtidir, çünki nə auksion təşkilatçıları, nə də satıcılar malın auksionda satışından sonra onun keyfiyyətinə dair heç bir etiraz və iddiaları qəbul etmirlər (gizli qüsurlar istisna olmaqla). Auksionların digər ticarət-təşkilati formalarından fərqi ondan ibarətdir ki, hərrac ticarətində malı bir yerdə toplanan çoxsaylı alıcılara satan bir satıcı iştirak edir. Bunun nəticəsi olaraq, malın qiyməti adi bazar konyunkturası ilə deyil, alıcıların yarışma və rəqabəti əsasında təyin edilir. Bununla yanaşı, qiymətin formalaşmasına, həmçinin psixoloji amil – yarışma amili də təsir göstərir: iştirakçılar azart vəziyyətində qalib adına yiyələnmək üçün istənilən qiymətlə razılaşırlar.

Hərrac ticarəti bir sıra üstünlüklərə malikdir. Satıcılar vaxt və satıcı axtarışına vəsait itirmədən xeyli sayda mallarını satmaq imkanı əldə edə bilirlər. Bundan başqa, satıcı və alıcılar həmin mallar bazarının konyunkturasında uyğunlaşmaq iqtidarını əldə edirlər, çünki hərrac qiyməti tələb və təklifin səviyyə və xarakterini, eləcə də hər mal növü üzrə qiymətlərin səviyyəsini və müxtəlif keyfiyyətli malların qiymət variasiyasını əks etdirirlər.

Təşkilati baxımdan auksionlar müvafiq sahə və otaqlara, avadanlıq və ixtisaslı heyətə malik kommersiya təşkilatlarıdır.

Səhmdar cəmiyyətlərin tərkibinə daxil olan auksionlar daha geniş yayılmışdır. Bəzən həmin auksionlar qismində müəyyən mal ticarəti üzərində monopoliya quran iri, güclü şirkətlər çıxış edə bilər. Topdan şəkildə, xeyli sayda xammal alaraq, sonra xammalı emal edib və topdan və pərakəndə alıcılara satmaqla həmin şirkətlər alış və satış qiymətləri arasındakı qiymət nisbətindən gəlir əldə edirlər. Bu cür auksionlarda hərraclər açıq şəkildə aparılır. Həmin hərraclarda bilavasitə alıcı və satıcılar iştirak edə bilirlər.

Auksionlar, həmçinin malların komissiya əsasında satışını həyata keçirən ixtisaslaşdırılmış broker firmaları tərəfindən təşkil olunur. Auksion broker firmalarının vəzifəsi sahibinin səlahiyyətləri verilmiş komissiya müqaviləsi ilə müəyyən edilən müəyyən miqdarda malların satışından ibarətdir. Bütün qarşılıqlı hüquq və vəzifələr sonradan alıcı və broker şirkəti arasında yaranır. Mal sahibi bilavasitə heç bir hüquq əldə etmir və alıcılarla münasibətdə heç bir vəzifə daşımır.¹

Bununla yanaşı, auksionlar həm də kooperativ və fermerlər ittifaqına məxsus auksion firmaları tərəfindən təşkil edilir və keçirilir. Belə ki, Skandinaviya ölkələrində auksionlar fermer-heyvandarlar satıcılar assosiasiyası və ya xəz tədarükü üzrə kooperativlər tərəfindən aparılır.

¹ Вах: Покровская В.В. Международные коммерческие операции и их регламентации. М.: Инфра-М, 1996

Beynəlxalq auksionlarda əsas hərrac predmetləri xəz-dəri malları (xammal və ya emal edilmiş şəkildə), təmizlənməmiş yun, çay, tütün və sair məhsullardır. Həmin məhsullar üçün auksion beynəlxalq bazarda satışın ən zəruri formalarından biridir. Auksionlar vasitəsi ilə, eləcə də, meyvə-tərəvəz, güllər, balıq məhsulları, tropik ağac növləri, mal-qara (əsasən atlar) satılır. Ənənəvi olaraq auksionlarda antikvar əşyalar, qiymətli məmulatlar, incəsənət əsərləri, tarixi sənədlər, məşhur şəxsiyyətlərin şəxsi əşyaları satılır və alınır.

Hal-hazırda rəqabətin güclənməsi və ixracatçı ilə idxalatçı arasında birbaşa vasitəsiz əlaqələrin yaranması ilə əlaqədar olaraq auksion ticarətinin həcmi xeyli azalmış, bəzi malların satışı isə ümumiyyətlə dayanmışdır. Xammal məhsullarının satışında müşahidə olunan azalma, ilk növbədə, xammal emalı üzrə yerli müəssisələrin inkişafı və hazır məhsulların idxal səviyyəsinin artması ilə izah oluna bilər. Belə ki, çay ticarətində auksion satışların payı 1960-cı illərdəki 90 %-dən son illər ərzində 70 %-ə qədər azalmışdır. Auksionlarda yun satışının ümumi çəkisi həmin dövr ərzində 60 %-dən 50 %-ə qədər azalmışdır. Lakin auksionlar əvvəlki tək qeyd olunan məhsullarla, həmçinin xəz-dəri malları ilə beynəlxalq ticarətdə öz aparıcı yerini qoruyub saxlayırlar. ABŞ və Kanada beynəlxalq auksionlar vasitəsi ilə onlar tərəfindən istehsal olunan xəz məhsullarının 70 %-dən çoxunu, Danimarka – 90 %, İsveç və Norveç isə təqribən 95 %-ni satır. Avstraliya və Yeni Zelandiya auksionlar vasitəsilə idxal edilən xammal yununun 95 %-ni satır. Tütünlə, meyvə-tərəvəzlə, gül və balıq məhsulları ilə beynəlxalq ticarətdə auksionların çəkisi təqribən 50 % təşkil edir. Şərab və beynəlxalq ticarətdə auksionların payı nisbətən aşağıdır. Auksionlararası dövrdə həmin mallarla ticarət, adətən, konyunkturanın dəyişməsinə nəzərə almaqla son auksionun qiymətləri ilə aparılır.

Hər bir auksion malı üçün tarixən öz ticarət mərkəzləri formalaşmışdır. Xəz-dəri malları üçün bu Nyu-York, London, Monreal, Oslo, Stokholm, Sankt-Peterburq, Kopenha-

gen şəhərləridir. Son illər ərzində Skandinaviya ölkələrinin hərraclarında su samuru xəzinin satış həcmi artır və Nyu-York və London hərraclarında isə həmin göstərici azalma ilə müşayiət olunur.

Xammal yununun iri hərrac mərkəzləri (75-80 %) dünya üzrə London, Liverpul, Keyptaun, Sidney, Vellinqton şəhərləri hesab olunur.

Çayın auksion ticarəti son vaxtlar ixrac ölkələrindən həmin malların istehsalçıları olan ölkələrə köçmüşdür. Məsələn, Kəlküt və Kenqin hərraclarında idxal olunan çayın təqribən 70 %, London hərraclarında isə 30 % satılır; Şri-Lanka (Seylon adası) çayın təqribən 70 %, Kolombo hərracı və 30 % London hərracı vasitəsi ilə satır. Afrika ölkələri (Keniya, Tanzaniya, Uqanda və s.) idxal edilən çayın əsas hissəsini Nayrobi (Keniya) və Malavi hərracları vasitəsi ilə satır. Sinqapurdakı çay hərracı dünya üzrə məşhur hərracdır. Həmin hərracda ABŞ, Yaponiya, Avstraliya və Çindən olan firmalar iştirak edir.

Tütün satışı üzrə hərraclar mütəmadi şəkildə Nyu-Yorkda, Amsterdamda, Bremen, Lusaka və Limbedə keçirilir.

Gül satışı üzrə tanınmış hərraclar Amsderdamda, mey-və-tərəvəz hərracları isə Antverpen və Amsderdamda yerləşir.

Qəbilə atlarının qabaqcıl hərrac ticarəti mərkəzləri London, Doval (Fransa) şəhərləri və Uspenskoye kəndi (Moskva vilayəti) hesab olunur.

İncəsənət əsərlərinin, antikvariatın, qiymətli əşya və tarixi sənədlərin satışı üzrə ən məşhur hərraclar daima rəqabət aparan «Sotbi» (İngiltərə) və «Kristi» hərraclarıdır.

Hərraclardakı torqlar qiymətin qaldırılması və ya azaldılması ilə aparılır. Qiymətlərin qaldırılması ilə hərrac torqları açıq üsulla aparıla bilər. Belə üsulla auksion mütəxəssisi lotun nömrəsini elan edir və start qiyməti dedikdən sonra «Kim çox təklif edər?» sualı ilə alıcılardan yeni qiymət təklifi gözləyir. Alıcılar tədricən qiyməti qaldırırlar. Əgər növbəti təklif verilmərsə, onda üç dəfə həmin sualla müraciət edildikdən sonra

lot artıq satılmış hesab olunur. Bundan başqa, hərrac torqları qapalı şəkildə jestlər vasitəsilə də aparıla bilər: alıcılar hərrac mütəxəssisinə qiymətin qaldırılması ilə razı olduqları barədə işarə verirlər. Aukسیونçu isə yeni qiyməti təyin edərkən alıcının adını çəkmir. Alıcının adını gizli saxlamaqla keçirilən hərrac qaydası, əsasən, incəsənət əsərlərinin və qiymətli əşyaların satışı zamanı tətbiq olunur. Hərrac avtomatlaşdırıla bilər. Belə halda qiymətlərin dəyişməsi siferblatdakı oxla göstərilir. Alıcılar elektrik düymələrini qoşulu saxlayırlar və qiymət qalxdıqca düyməni buraxırlar. Düyməni buraxmayan alıcı lotu əldə etmiş hesab olunur. Avtomatlaşdırılmış sistem hərracların keçirilməsi sürətini xeyli artırır.

Yüksək qiymətlərlə başlayan və qiymətləri tədricən azaldan hərraclar holland hərracları adlanır, çünki Niderlandda güllərin, meyvə-tərəvəz və balıq nemətlərinin satışı zaman bu geniş yayılmışdır. Lotu «hə» sözünü birinci demiş alıcı əldə edir. Bəzi holland hərracları da avtomatlaşdırılmışdır. Qiymətin azalmaya doğru dəyişməsi siferblatdakı oxla göstərilir. Oxu saxlayan düyməyə birinci toxunan alıcı lotu əldə edir.

Əqd auksion müdriyyəti tərəfindən rəsmiləşdirilir. Bununla yanaşı, auksion müdriyyəti ilə alıcı arasında nümunəvi kontrakt bağlanır. Kontraktın müddəaları hər iki tərəf üçün mütləqdir. Kontraktın əsasında alıcı tərəfindən ödəniləcək hesab verilir. Hərracda alınmış malın dəyərinin ödənilməsi, bir qayda olaraq, hissələrlə həyata keçirilir: dəyərin 30-35 %-i 24 saat ərzində, məbləğin digər hissəsi isə üç həftə ərzində ödənilir. Malın dəyəri müəyyən edilmiş müddətdə ödənilməsə, hərrac müdriyyəti əqdin şərtlərini yerinə yetirilməmiş hesab edir və mal üzərində öz mülahizəsi ilə sərəncam vermək, eləcə də ziyanın əvəzini alınmış avans hesabına ödəmək hüququnu əldə edir.

Beynəlxalq torqlar, onların növləri və beynəlxalq-hüquqi reqlamentasiyası

Beynəlxalq ticarətin geniş yayılmış mübahisəli təşkilat formalarından biri qabaqcadan danışıq, malların göndərilməsi və podratların verilməsi şərtləri üzrə sifarişlərin yerləşdirilməsi metodu olan *beynəlxalq torqlardır*. Onlar (torqlar) bir neçə satıcıdan (malverəndən), onlar arasında rəqabəti gərginləşdirmək və alıcı üçün optimal qiymətə nail olmaq və bir çox hallarda malverəni və podratçını qərəzçilik və ya obyektivlik hallarını arqumentləşdirməyə çalışmağa səy göstərmək məqsədilə sifarişlər ala bilər. Torqların keçirilməsi üçün alıcı (sifarişçi) satıcı (malverən) üçün mala müəyyən xarakteristika ilə müsbəqə elan edir, sonra alınan təkliflərə əsasən, sifarişçi üçün nisbətən xeyirli olan satıcılar (malverənlər) mal və xidmətin keyfiyyət xarakteristikası, kommersiya şərtləri, müqavilə obyektlərinin həyata keçirilmə müddəti haqqında kontraktı imza edir. Hazırkı vaxtda torqlar maşın və avadanlıqların verilməsi, elmi layihə və səmərələşdirici və ixtiraçılıq işlərinin, sənaye, sosial-mədəni obyektlərin quraşdırılmasında sifarişlərin ən geniş yayılmış üsullarından biridir. Torqları xüsusi və dövlət bölməsinin alıcı və sifarişçiləri keçirir. Digər torqları alıcı metodu kimi tez-tez inkişaf etməkdə olan ölkələr tətbiq edir. Qanunvericilik bunlardan çoxunun, xüsusilə, idxalatçıların malları, maşın və avadanlıqları, hansı ki, dəyərlərin müəyyən məbləğdə artması ancaq torqlardan keçir (bir çox ölkələrdə bu qrupdan olan malların gətirilməsi dövlət təşkilatları vasitəsilə həyata keçirilir ki, bu da bütün idxal olunan malların 20 %-dən 40 %-ə qədərini təşkil edir). Birma, Misir, Latın Amerikası ölkələrinin çoxunda alışın və podratların əsas hissəsi, ictimai işlər ancaq torqlar vasitəsilə yerinə yetirilir. Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə dövlət təsərrüfatı müəs-sisələrini – elektrik stansiyalarını, kömür şaxtalarını, dəmir yollarını, malların alınmasına dair sifarişlərin yerləşdirilməsi, xidmət

göstərilməsi, obyektlərin tikilməsinin ancaq torqlar vasitəsilə həyata keçirilməsi haqqında qanunvericilik mövcuddur. CAR-da, Avstraliyada, Yeni Zelandiyada, həmçinin ABŞ-da Kanada, Fransa, AFR-də, İtaliyada, İspaniyada keçirilən torqların sayı nisbətən çoxdur, məsələn, dövlət müəssisələrinin sifarişlərinin müsabiqə yolu ilə yerləşdirilməsinə bütün sazişlər daxildir ki, bunların da məbləği 25 min dollardan çoxdur. Avropa İttifaqı ölkələrində 1992-ci ildən bütün dövlət sektorunda tikinti işlərinə ancaq müsabiqə əsasında yerləşdirilməsi təklif olunur.

Müasir beynəlxalq ticarətdə bir neçə növ torq həyata keçirilir. *İştirakçılar cəlb etmə üsuluna görə*:

• rəqabət torqları – iki və daha çox oferent¹ iştirak edir. Öz növbəsində rəqabət torqları:

- açıq – burada bütün firmalar, həm yerli, həm də xaricilər iştirak edir. Adətə, açıq torqlardan qeyri-mürəkkəb avadanlığa və xidmətlərə sifarişlərin yerləşdirilməsi zamanı istifadə edirlər. Açıq torqların keçirilməsi barədə elanlar qəzetlərdə və ya ixtisaslaşmış jurnallarda dərc olunur, buna görə bu cür torqları ictimai adlandırırlar;

- qapalı – bu torqlarda iştiraka dövətnamələri təşkilatçılar yalnız ən məşhur təchizatçılara və podratçılara göndərir ki, onlar böyük səriştəyə malikdir və texniki cəhətdən təchiz olunublar. Qapalı torqlarda, adətən müasir, yüksək texniki xarakteristikaya, mürəkkəb podrat işlərinə, yüksək ixtisas tələb edən, həmçinin, komplekt müəssisələrin tikilməsi üçün bahalı avadanlığa sifarişlər yerləşir.

Sifarişlər böyük əhəmiyyət daşıyan obyektlər üçün qapalı hərraclarda iki mərhələdə keçirilir.

Birinci mərhələdə – açıq yeni ixtisas torqlarında – səlahiyyətini, maliyyə stabilliyini, sifarişlərin icrasının yüksək texniki səviyyəsini təsdiq edən sənədləri təqdim edən iştirakçılar

¹ Oferent – təklif olunan şərtlərlə müsabiqədə iştirak razılığı əks etdirən təklifi (oferti) göndərən namizəd

arasında aparılır, hazırkı sahələrə ixtisaslaşan ən nüfuzlu stabil firmalar seçilir və onlar qapalı torqların ikinci mərhələdə iştiraka buraxılır;

- Fərdi torqlar – yalnız bir preferent iştirak edir. Nadir hallarda aparılır, məsələn, avadanlıq və ya digər mal yalnız yeganə firma-monopolistə ola bilər, dövlət təşkilatları üçün adi müqavilənin bağlanması isə hazırkı ölkənin qanunları ilə qadağan oluna bilər.

Torqların nəticələrinin aşkarlıq dərəcəsinə görə:

- Aşkar torqlar bütün opponent və ya onların nümayəndələrinin iştirakını nəzərdə tutur;

- Qeyri-aşkar torqlar, bu zaman iştirakçıların tərkibi və onların təklif etdiyi şərtlər elan olunmur. Torqları udan firma bu haqda konfidensial bildiriş alır və müqaviləni imzalamağa dəvət olunur.

Torqların keçirilməsində dörd mərhələni qeyd etmək olar:

I mərhələ – *torqların keçirilməsinə hazırlıq*, bu zaman təşkilatçının təyin olunması və hərracların keçirilməsi haqqında qərar qəbul olunur, Tender komitəsi formalaşır, hərracların texniki və kommersiya şərtləri hazırlanır (tender sənədləşməsi);

II mərhələ – *torqların iştirakçılarına təkliflərin verilməsi*. Bu mərhələdə açıq torqların keçirilməsi zamanı rəsmi mətbu orqanlarda elanlar, elanlarda torqlar haqqında əsas məlumat yerləşdirilir və tender şərtlərinin haradan alınması haqqında məlumat verilir. Qapalı torqlar zamanı tender komitəsi məhdud firma dairəsinə adlı dəvətnamələr göndərir. İddiaçılar təklifləri hazırlayır və onları sifarişçiyə təqdim edir;

III mərhələ – *torqların keçirilməsi, təkliflərin qiymətləndirilməsi, qalibin müəyyən edilməsi*. Tender komitəsi bütün qəbul gününü, texniki vasitələrin, bu təkliflərin kommersiya və hüquqi tərəflərini təhlil etməklə satıcıların bütün ofertlərini (məktublarını) öyrənir. Torqu udan ofertent müsbəqə yolu ilə seçilməsi torqun növündən, tender komitəsinin üzvlərinin iclaslarında iştirak edənlərin sadəcə səs çoxluğundan asılı olma-

yaraq həmişə qapalı qaydada keçirilir və protokol tərtib edilir. Səslərin tarazlığı, yəni səslər bərabər olarsa bu zaman tender komitəsi sədrinin səs verməsi üçün qərar qəbul edilir. Açıq, aşkarca, hamının qarşısında keçirilən torqlardakı qalib haqqında mətbuatda materiallar dərc edilir, açıq olmayan torqlarda qalibə xüsusi məktub göndərilir. Sifarişçi protokol və digər lazımı sənədlərə baxır torqun qərarının təsdiq olunub olunmaması haqqında qərar qəbul edir. Son halda o əsaslandırılmış qərar kimi tender komitəsinə göndərilir.

IV mərhələ – *müqavilənin hazırlanması və bağlanması*. Torqların qalibi sifarişçi ilə təklifdə göstərilmiş şərtlərlə müqavilə bağlayır və sifarişin yerinə yetirilməsi üçün təminat kimi ikinci girovu qoyur (adətən, sifarişin dəyərinin 15 %-ə qədər, birinci təminat girovu daxil olmaqla). Dövlət təşkilatları ilə keçirilən torqlar nəticəsində imzalanan müqavilələr müvafiq hökumət orqanları tərəfindən bəyənildikdən sonra qüvvəyə minir.

Torqlar, bir qayda olaraq, onları elan edən təşkilatların yerləşdiyi yer üzrə keçirilir, lakin onlar tərəfindən digər təşkilatlarda keçirilə bilər.

Əlbəttə, torqların qalibinin müəyyənlişməsi mürəkkəb və çoxplanlı prosesdir, lakin təkliflərin digər bərabər şərtləri olduqda tender komitəsi öz milli firmalarına üstünlük verir. Adətən, yerli firmalar üçün bu cür yaxşı şəraitin yaradılması milli qanunvericilikdə nəzərdə tutulub. Belə ki, Yaponiya qanunvericiliyinə əsasən tender təkliflərinin verilməsinə hərracların keçirilməsi haqqında elanın dərc edilməsindən sonra yalnız 14-30 gün verilir, bu da xarici firmaların təklifləri vaxtlı-vaxtında hazırlaması imkanını azaldır. Bundan əlavə, hərraclarda iştiraka yalnız Yaponiyada iş təcrübəsini təsdiq edən şəhadətnamə təqdim etmiş firmalar buraxılır. ABŞ-da, Kanadada, Küveytdə, Hindistanda qanunvericilik yerli firmalara qiymətdə üstünlük verir. Beləki, ABŞ-da və Kanadada yerli firmalara torqlarda üstünlük hətta o halda verilir ki, onların təkliflərinin qiyməti xarici iştirakçıların təkliflərinin

qiymətlərindən 6 % çox olsun. Küveytdə və Hindistanda bu qiymət baryeri daha böyükdür – 15 %. Bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrdə oferentlər üçün yerli firmaların sifarişinin yerinə yetirilməsində məhdudiyyətlər qoyulur, (Boliviya və Peruda yerli firmalara podratın 30-50 % ötürülməsini nəzərdə tutan hərraclara xarici firmalar buraxılır), həmçinin podrat işlərin yerinə yetirilməsi zamanı yerli personalın xaricilərdən üç dəfə çox olması haqqında şərt qoyulur, yerli subpodratçılara ötürülməsi lazım olan işlərin siyahısı müəyyənləşir.

Xarici firmalar üçün müxtəlif məhdudiyyətlərə baxmayaraq, Rusiya xarici ticarət təşkilatları maşın və avadanlıqların xarici ölkələrə təchizatına dair sifarişlərin alınmasına dair hərraclarda iştirak edir. Torqlar vasitəsilə enerji, güc və elektrotexniki avadanlığın, televizorların, güclü dizel generatorlarının, böyük avtomobillərin, yol-tikinti və digər avadanlıqların iri partiyalarının təchizatına dair sifarişlərin alınması təcrübəsi vardır.

Lakin çox təəssüf ki, Rusiya xarici ticarət firmaları komplekt avadanlığın importu, həmçinin xarici firmaların Rusiyanın faydalı qazıntılarının emalı üçün torqlardan lazımi səviyyədə istifadə etmirlər.

FƏSİL 5. ELEKTRON TİCARƏT

Elektron ticarətin nəzəri əsasları

Müasir şəraitdə «görünməyən» ticarətin yeni növünə elektron ticarətə baxmamaq mümkün deyil. O, müxtəlif ölkələrin dünya ticarətində iştirakı üçün prinsipial yeni imkanlar yaradır.

Bü gün biznesdə öz rəqiblərini təhlil və istifadə üçün əlverişli məlumatın həcminə görə qabaqlayanlar uğur qazanır. Yeni informasiya texnologiyaları yeni reallığın – məlumat birliyinin yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Əgər əvvəllər iqtisadi inkişaf ehtiyatları ərəzilərə, texnologiyalara sıx bağlı idisə, bu gün əsas resursu intellekt, maliyyə və məlumat (onlar çox mobildir) tutur. İnformasiya texnologiyalarının təsiri altında bazar subyektlərinin strukturu, biznesin aparılma texnologiyası dəyişir, unikal mühit formalaşır.

Sonuncuya internetin – uzaq məlumata daxil olmanı təmin edən qlobal kompyuter şəbəkəsinin yaranması səbəb olmuşdur. Artıq çoxdan belə bir kəlam mövcuddur: «Əgər sizin biznes internetdə təmsil olunmayıbsa, deməli siz mövcud deyilsiniz». Lakin internet mənbələri heç də məqsəd deyil, şirkətin fəaliyyətinin optimallaşması üçün vasitədir.

İnternetin yaranmasının rəsmi tarixi 2 yanvar 1969-cu ili qəbul edirlər, bu gün DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) hərbi layihəsi üzərində işlər başlanmışdır. Bu layihə ABŞ-ın perspektiv müdafiə proqramlarının tədqiqatları idarəsinin kompyuter şəbəkəsidir. Layihəni əsas hazırlayan RAND (Research & Development) şirkəti çıxış etmişdir. Bu layihədə internet şəbəkəsinin təşkilatının və fəaliyyətinin əsas prinsipləri qoyulmuşdur: məlumat kodlaşma sistemi, şəbəkənin işinin protokolları, şəbəkənin paylanmış xarakteri və onun hiper istinadların sənədlərində tətbiqi. RAND Corporation (Research & Development) şəbəkəsinin

işinin prinsipləri P.Baran başda olmaqla tədqiqat qrupu tərəfindən formalaşdırılmışdır və 1964-cü ildə dərc edilmişdir. Bu yolla müstəqil lokal kompyuter şəbəkələrini birləşdirən və internetin əjdadı olan şəbəkə yaranmışdır.

Qlobal kompyuter şəbəkəsinin yaradılması yolunda növbəti mərhələ bilavasitə DARANET layihəsində anladılır. Sonra ABŞ-ın Milli Elmi Fondu (NSF) DARPANET-i əvəz edən NSFNET uğurlu şəbəkə işləyib hazırladı. 1987-ci ildə müxtəlif ştatlarda 13 mərkəzdə bu şəbəkənin nüvəsi yaradılmışdır.

Bu cür şəbəkələr digər ölkələrdə də peyda olmuşdur. Məlumatın yayılma azaldığı şəraitində onlar tez bir zamanda birləşməyə başladılar və qlobal beynəlmiləl kompyuter şəbəkəsi – internetə (abreviatura ing. Interconnected network – bir-birinə təsir göstərən şəbəkələr qoşuldular). 1989-cu ilin əvvəlində amerikalı tədqiqatçı T. Bernis-Li yüksək enerjilər sahəsində birgə tədqiqatların aparılması üçün qlobal telekommunikasiya mühitinin layihəsini təqdim etmişdir. Bu layihədə internet şəbəkəsinin əsas tərkib hissəsinin formalaşması üçün əsas rolu oynamış Dünya toru, ya qısaca **WWW** adlanan şəbəkənin ideyaları formalaşmışdır. 1991-ci ildə praktiki fizikanın Avropa laboratoriyası – CERN (İsveçrə) rəsmi olaraq Dünya torunun (**WWW**) yaranması haqqında elan vetdi. Hal-hazırda internet istifadəçilərinin sayı təxminən 800 mln. nəfər yaxındır. İnternet texnologiyalarının istifadəsində dünya lideri ABŞ-dır. İstifadəçilərin böyük hissəsini ev kompyuterləri tutur, lakin iş yerlərində internetə qoşulmuş FK sayı çoxalır. Beləki, əgər, 2003-cü ildə onların sayı 3,6 mln. vahid idisə, 2004-cü ildə onların sayı təxminən 11 mln-na çatmışdır.

Keçmişdə olduğu kimi 2006-cı ildə də ABŞ dünya internet-texnologiya bazarında hakim mövqeyini saxlayacaqdır. Lakin vaxt keçdikcə Çin bu sektorda liderliyə can atmaqla amerikalılar üçün ciddi rəqabətçi olacaqdır. Yaponiyada iqtisadiyyatın uzunmüddətli aşağı düşməsi Çini Asiyada informasiya xidməti bazarında yolunu təmizləyəcək və orada

texnoloji sektorun hərəkət gücünün inkişafı üçün çatışmazlıqların baş verməsini təkmilləşdirməyə köməklik edəcəkdir. Eyni zamanda, Avropa işçi yerlərinin itirilməsi və sosial sabitliyin pozulması amerikalıların özünün xüsusi yolunu tapmaq əvəzinə onun yüksək texnologiyasının təkrar olunması tənzimlənəcəkdir. Tədqiqat POCİ mərkəzinin aparıcı müəlliflərindən biri olan Xandli bütün ölkələri (Çindən başqa) internet-texnologiya və elektron kommersiyası sahəsində ABŞ ilə rəqabətdə qidalanan, geri qalan və ya uğursuz kimi adlandırır. Cənab Xandalinin sözlərinə görə, mövcud biznesi müdafiə etməklə əsas məsələ hesab edilən və bir çox ölkələrdən fərqli olaraq ABŞ, hətta, əgər şirkətin düşünülmüş dağıdıcı olması başa düşülməsinə baxmayaraq bu gün iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsi hesab edilir.

XX əsrin sonundan başlayaraq informasiya texnologiyaları arasında, əsasən, aktiv şəkildə kommersiya yönümlü texnologiyalar inkişaf edir. Mütəxəssislər bu dövrü internetin qlobal kommersizasiya dövrü adlandırır (İnternet-banking, internet-treyding, internet-sığortalama, B2B sistemində elektron hesablaşmalar və s.).

Kommunikasiyanın əsası olan qlobal mərkəzləşdirilmiş informasiya mühiti olaraq internet yeni texnologiyaların istifadəsi ilə iqtisadi, o cümlədən sahibkarlıq fəaliyyətinin aparılması üçün ideal alət kimi çıxış edir. Bu zaman, hal-hazırda dünya iqtisadiyyatının formalaşmaqda olan yeni elektron seqmentinin iqtisadi potensialın aparıcı konstruksiyasında istehsal-istehlak zəncirinin bir çox təsərrüfat proseslərinin (yəni həm ayrıca istehsalatın, iqtisadiyyatın sahələrinin, həm də ölkənin bütün iqtisadiyyatı çərçivəsində nizamlayıcı proseslərin inkişafı) real vaxt rejimində (onların) fəaliyyət göstərən elektron iqtisadi və hüquqi mühitə keçirilməsi imkanı kimi çıxış edir. Digər sözlərlə reklam, istehsalat, xammalın alınması, ödəmələr, malların təchizatı və xidmətlərin göstərilməsi elektron yolla internet qlobal məlumat magistralı vasitəsi ilə həyata keçirilə bilər.

Elektron biznesin əsas tərkib elementi məlumat şəbəkələri vasitəsilə keçirilən istənilən iş sazişləri formasını daxil edən elektron kommersiyadır.

Ümumdünya ticarət təşkilatının baş direktoru M.Murun bu terminə verdiyi təyinat, müvafiq olaraq, elektron kommersiya ticarətin yeni formasıdır, alışın, satışın, mal və xidmətlərin paylanması üçün spesifik formasıdır və xidmətlər ilə ticarət üzrə Baş razılaşma (XTBR) ilə tənzimlənir. Yəni elektron kommersiya – bu, malların və xidmətlərin təchizatının eyni bir formasıdır ki, onların seçimi, sifariş və təqdim olunması kompyuter şəbəkələri vasitəsi ilə həyata keçirilir, alıcı və təchizatçı arasında hesablaşmalar isə elektron sənədlərin və ya ödəmə vasitələrinin istifadə olunması ilə həyata keçirilir. Bu zaman alıcı və ya satıcı qismində həm fiziki, həm də hüquqi şəxslər çıxış edə bilər.¹ Daha geniş mənada elektron kommersiya sözü altında bütün firmalararası və daxili münasibətlərin cəmi kimi baxılır, o cümlədən marketinq, istehsalat, maliyyə, satış və danışıqların elektron poçt, faksimil əlaqə, tele və video konferensiyalar, faylların ötürülməsi, şəbəkə ilə telefon əlaqəsi, elektron maliyyə hesablaşmaları vasitəsi ilə aparılması daxil edilir.²

Elektron kommersiya kompyuter şəbəkələri vasitəsilə alqı-satqıdan və pulların keçirilməsindən başlayırdı. Hal-hazırda bu məfhum əməli-başlı genişlənməmişdir və prinsipial yeni mal növləri ilə ticarəti daxil edir.

Əvvəldən elektron kommersiya korporasiyalar, banklar və digər iri maliyyə institutları arasında iş əlaqələri üçün istifadə olunurdu, lakin internetin pərakəndə satış vasitəsi kimi istifadəsi qurulmuş stereotipin yenidən baxılmasına gətirib çıxarmışdır. Zaman ötdükcə daha çox kütləvi istehlakçıya yönəlmiş

¹ Вах: Основы электронной коммерции / Под ред. чл. – корр. С.Ю.Глазьева. М.: МГУК, 2001

² Вах. Международные экономические отношения / Под ред. Н.Н. Ливенцева М.: РОССПЭН. 2001

elektron kommersiyaya diqqət yönəlidir. İnternet elektron kommersiyanın həm də müəssisələr səviyyəsində inkişafını stimullaşdırır. Kiçik firmalar öz işlərini onlayn operativ rejimində aparmağa başlayırlar. Artıq 2004-cü ildə şəbəkənin xidmətlərindən bu cür şirkətlərin 80 %-i istifadə edirdi. Qərb kompaniyaları internetdən öz biznesində daha geniş istifadə edirlər.

Ümumiyyətlə, elektron kommersiyaya gəldikdə isə son illər o çox yüksək tempiylə inkişaf edir. 2004-cü ildə elektron kommersiyanın dünya dövriyyəsi 7 trln. dollar olmuşdur, onların 40 %-i (2,8 trln. dollar) Şimali Amerika dövlətlərinin, 33 %-ə yaxını (2.3 trnl. dollar) Avropa dövlətlərinin, 12,9 % -i Asiya dövlətləri və 1,8 %-i isə (124 mlrd. dollar) Latin Amerikasını dövlətlərinin payına düşür. Şimali Amerikanın payı xeyli azalmışdır, 1999-cu ildə o, ümumdünya dövriyyəsinin 62 % -ni təşkil edirdi, eyni zamanda Asiya və Latin Amerikasını dövlətlərinin payı təxminən iki dəfə, Avropanınkı isə 1,5 dəfə artıb.

Dünya elektron ticarətinin əmtəə quruluşunda maliyyə-broker xidmətləri, kompyuter təminatı və elektron hissələrinin komponentləri, kütləvi-tamaşaçı biletləri tədbirləri, kitab məhsulları, turizm xidməti geniş vüsət almışdır. Bununla da, proqram təminatlı, kompyuter komponentləri aşağı düşməyə meyil göstərir, lakin bütün geyim və bakaleya mallarının xüsusi çəkisi artır.

Lakin internet-biznesdə bir sıra problemlər var. Belə ki, 2005-ci ildə heç də bütün virtual pərakəndə satış mağazaları biznes-planlarda göstərilən həddə çatmadılar. İnternet Vasi-təsilə pərakəndə satışa maraq aşağı düşdükdə bir çox Qərb ekspertləri öz nəzərlərini müəssisələrin qarşılıqlı əlaqəsini internet sisteminə yönəldilər, bu sistemləri business-to-business sistemləri adlandırırlar.

Elektron ticarətin əsas formaları

Hal-hazırda elektron ticarətin təsnifatına bir neçə yanaşma mövcuddur.

Birinci yanaşma dörd elektron ticarət növünü ayırır:¹

- şirkət-şirkət (B2B) – (business-to-business) şirkət elektron vasitələri kommersiya partnyorları ilə məlumat mübadiləsi üçün istifadə edir, bu da maddi istehsal bazarına nəzarət etməyə, yerinə yetirilən sifarişləri proqnozlaşdırmağa və onların keyfiyyətini artırmağa imkan verir. Beləki, iki şirkət elektron əlaqəsi vasitəsi ilə sazişlərin bağlanması haqqında təkliflər göndərir, öz təchizatçılarının kotirovkalarını tutuşdurur, müqavilələr bağlayır, hesabları alır və ödəyir;

- şirkət-sifarişçi (B2C) (business-to-customer) - şirkət elektron vasitələrin köməyi ilə sifarişçi ilə əlaqə qurur. Bu zaman sifarişçi bazarın analizini keçirə bilər, həm iş və həm də qeyri-iş saatı alışı həyata keçirə bilər, şirkət isə müştərilərdən məlumat alır və onların tələblərinə müvafiq olaraq xidmətlər təqdim edir;

- şirkət-əməkdaş (B2E) (business-to-employee) – şirkət öz əməkdaşlarını məlumatlandırmaq və onlardan lazımi məlumat almaq üçün əlaqələrin elektron vasitələrindən istifadə edir;

- şirkət-partnyor (B2P) (business-to partnet) – şirkət kommersiya partnyorları ilə, yəni banklar, səhmdarlar, bazar və sahə birlikləri ilə qarşılıqlı əlaqə qurmaq üçün elektron vasitələrdən istifadə edir.

Digər yanaşmaya müvafiq olaraq (azərbaycan dilinə digər tərcümədə) aşağıdakı növləri seçirlər:²

- biznes-biznes (business-to-business, B2B);

¹ Вах: Ярных Э.А. Проблемы развития электронной торговли и ее статистического наблюдения // Вопросы статистики. 2003, №1

² Вах: Ростовский Ю.М.; Гречков В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность. М.: Экономистъ. 2004

- biznes-istehlakçı (business-to-customer və ya business-toclient, B2C);

- istehlakçı-istehlakçı (business-to-consumer, C2C və ya peer-topeer, R2R).

Bəzən biznes və istehlakçıların dövlət və nizamlayıcı orqanları vasitəsilə əlaqəsini nəzərdən keçirirlər:

- biznes – hökumət/müdiriyyət (business-togovernment/administration, B2A və ya B2G) – dövlət sifarişlərinin yerinə yetirilməsi;

- istehlakçı-hökumət/müdiriyyət (consumer-to-gverment / administration, B2A və ya B2G).

Bu cür yolla daha mürəkkəb zəncirlər təsvir olunur, bura, məsələn, internet-provayderin fəaliyyəti daxildir; biznes (mal / xidmət istehsalçısı) – biznes (provayder) – istehlakçı (business-business-consumer, B2B2G).

Yuxarıda deyilənlərə əsaslanaraq elektron ticarətin iki əsas növünü seçmək olar:

- pərkəndə internet ticarət (business-to customer, B2C);

- korporasiyalararası internet ticarət (biznes-to-business, B2B).

Pərkəndə İnternet ticarət (business – to customer, B2C)

Bu əlaqələrdə satıcı və malları və ya xidmətləri satıcının internet-mağazasından istehlak və ya ev istifadəsi üçün əldə edən son istehlakçı iştirak edir. Beləliklə, pərkəndə onlayn ticarət ənənəvi pərkəndə ticarətin analoqudur.

Pərkəndə satış internetdə ən «qədim» ticarət münsibətlərindən biridir. O, birdən-birə 1990-cı illərin ortalarında ABŞ-da yaranmış və hal-hazırda bütün ölkələrdə inkişaf edir. Artıq 2000-ci ildə istehlakçıların 2/3 –si alışlarını internet vasitəsi ilə həyata keçirirdi (onlayn alış).

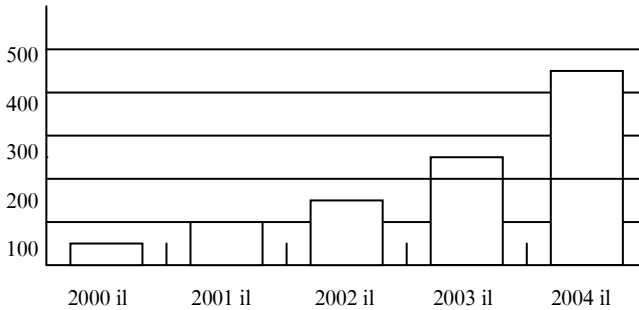
Onlayn pərakəndə satışlarının liderləri ABŞ və Kanada olmuşdur. 2004-cü ildə onların satışları 204 mlrd. dollardan çox olmuşdur, bu bütün onlayn pərakəndə ticarətin 45 %-dir. (cədvəl. 6).

Cədvəl 6

**Dünya elektron pərakəndə ticarətinin dinamikası,
milyard dollarla**

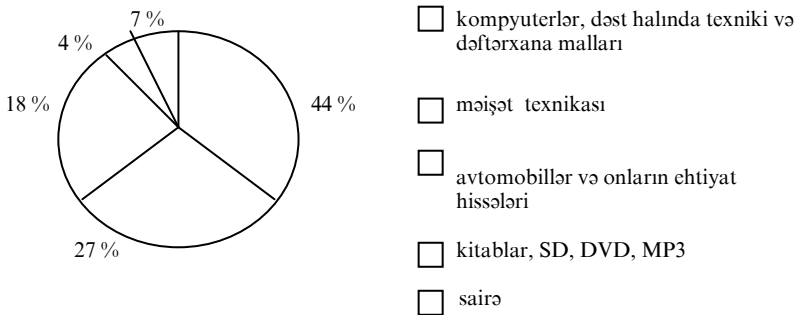
Ölkələr	2000 il	2001 il	2002 il	2003 il	2004 il	2000-ci ilə nisbətən 2004-cü ildə artım	Dünya ticarətinin həcmində ümumi çəki, %
ABŞ və Kanada	40,5	67,6	107,5	155	204,1	5	44,9
Asiya-Sakit okean bölgəsi ölkələri	3,8	8,3	20,3	51,4	117,0	30,8	25,7
Qərbi Avropa	8,5	19,2	40,2	74,8	122,6	14,4	27,0
Latın Amerikası	0,3	0,5	1,0	2,3	5,8	19,3	1,3
Afrika və Yaxın Şərq	0,2	0,3	0,7	1,8	3,7	18,5	0,8
Şərqi Avropa	0,1	0,1	0,2	0,5	1,1	11	0,3
Cəmi	53,3	96,0	169,9	285,8	454,4	8,5	100,0

Forrester research. 2000. April 18 üzrə tərtib edilmişdir



Şəkil 4. Dünya elektron pərakəndə ticarəti, mlrd. doll.¹

B2C ticarətin həcminə görə ikinci yeri Qərbi Avropa ölkələri tutur, onların ardınca Asiya-Sakin okean regionu gəlir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, məhz sonuncu dinamik inkişaf edir: pərakəndə internet-ticarət 2000-ci illə müqayisədə 2004-cü ildə 30 dəfədən çox artmışdır. Digər regional pərakəndə elektron ticarəti həcmələrində xeyli geri qalır, lakin Şərqi Avropa, Latin Amerikası, Afrika, Yaxın Şərq üzrə artım sürəti ABŞ-ın ən inkişaf etmiş regionundakı artım sürətindən bir az artıqdır. Çox güman ki, onlar yaxın vaxtlarda Şimali Amerikaya çatsın – fərq çox böyükdür.



Şəkil 5. Pərakəndə elektron ticarəti sektorunda satışın strukturu

¹ Forrester Research. 2000. April 18. üzrə qurulmuşdur.

Ən dinamik şəkildə DVD bazarı inkişaf edir, onların sayı 4 dəfə çoxalmışdır. 80 % Mobil telefonların sayı çoxalıb. Bu cür aktiv şəkildə ev və bağ üçün malların, güllərin, hədiyyələr və təbriklərin, paltar və aksesuarların, zinət əşyalarının və saatların satışı artmışdır.

Rusiyada internetdən istifadə edənlərin sayını müəyyən etmək çox mürəkkəbdir. Nisbi olaraq bu və ya digər səviyyədə şəbəkədən aktiv iştirak edənlərin sayı 6-7 mln. nəfərə yaxındır. Rusiya bazarı Avropadan heç nə ilə fərqlənmir, onun həmin dinamikası, qanunauyğunluqları və korrelyasiyası (asılılığı) vardır. Lakin ölkələrin iqtisadi vəziyyəti belədir: bizim vətəndaşların $\frac{3}{4}$ hissəsi ödəməqabiliyyətli deyil və ticarət şirkətlərinin çoxu maraq göstərmir.

Bununla belə Rusiyada B2S-in inkişafı üçün müəyyən potensial var. «KOMKON-2» nin məlumatlarına görə 2000-ci ildə onlayn alıcıları Rusiyada 221 mindən çox hesablanmışdır, satışın digər həcmi 1998-2004-cü illər üzrə 3 mln-dan 662 mln-a qədər və ya 200 dəfədən çox artmışdır. Elektron ticarətin milli asosiasiyaları (NAUET) «2004-cü ilin axırına Rusiyada elektron ticarəti bazarının vəziyyəti haqqında» məlumatına görə Rusiyanın ümumi pərakəndə ticarət mal dövriyyəsində 1 %-dən az təşkil edir (müqayisə üçün: ABŞ-da elektron ticarəti pərakəndə satışda 15 % təşkil edir). Rusiyada B2S seqmentinin strukturunda əsas satış (290 mln. dollar və ya 44 %) kompyuterlərin, komplektləşdirici, texniki və dəftərxana mallarının, onların ardınca məişət texnikasının (177 mln. dollar), avtomobil və ya ehtiyat hissələrinin (121 mln. dollar), kitabların, SD, DVD, MP3 (29 mln. dollar) payına düşür (şəkil. 5).

Hazırkı vaxtda Rusiya internetində Rusiyanın digər ölkələrin 1117 elektron mağazası qeydə alınmışdır. Bu baxımdan demək olmaz ki, internet-mağazası, bu ancaq mərkəzi maraqdır. Birinci virtual mağazaların sayına diqqət yetirmək kifayətdir. Belə ki, onlar ancaq Moskvada, Sankt Peterburqda yox, Tomsk, Perm, Volqoqrad kimi şəhərlərdə də vardır.

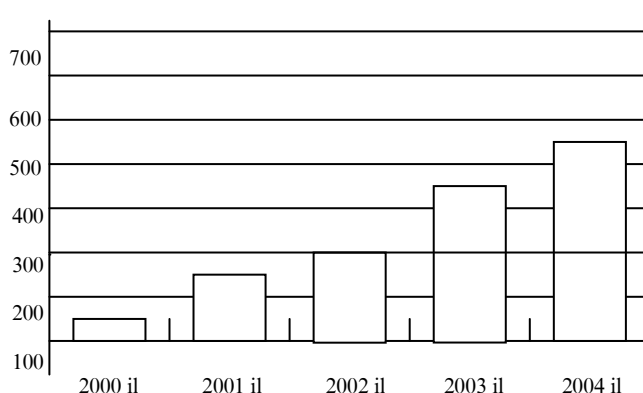
Strana.ru –nın Moskvada apardığı tədqiqatlara görə, internetin $\frac{1}{4}$ Moskvanın payına düşür, $\frac{1}{8}$ –i Sankt Peterburq əhalisinin, həmçinin $\frac{1}{4}$ -i əhalisinin sayı 1 milyondan çox olan şəhərlərin payına düşür. Əhalisinin sayı 100 mindən 1 milyona qədər olan şəhərlərdə istifadə edənlərin payı 13 % təşkil edir, lakin kiçik şəhərlərdə və şəhər tipli qəsəbələrdə 12 % təşkil edir.

Beləliklə, son 10 ildə Rusiya internet-texnologiya sektoru digər sahələrə nisbətən çox inkişaf etmişdir. Ona görə də, Rusiyanın qabaqcıl ölkələrindən bu sahədə geri qalması düzgün olmazdı. Bununla belə, cəmiyyətin və iqtisadiyyatın informasişdırılması hələ də aşağı səviyyədədir. Obyektiv makroiqtisadi səbəblərdən çoxlu süni faktorlar mövcuddur ki, bunlar da informasişdırmanı ləngidir. Lakin mövcud problemlərə baxmayaraq, bu növ kommersiya perspektivlidir və İnternet şəbəkəsini əhatə edən nisbətən yaxşı kompüterləşdirilmiş şəhərlərdə xüsusilə tez inkişaf edəcəkdir.

Korporasiyalararası İnternet-ticarət (business-tu-business (B 2 B))

Qeyd etdiyimiz kimi, business-tu-business (B2B) sistemi internetin və digər ötürmə kanallarının istifadə olunması ilə firmalararası əlaqələrin sahəsinin avtomatlaşdırılması deməkdir.

Müəssisələr arasında elektron biznes hal-hazırda bum yaşayır. 2004-cü ildə bu sektorda dövriyyə 6 trln. dollardan çox olmuşdur.



Şəkil 6. Dünya B2B elektron ticarəti, mlrd. doll.

Bu sahədə liderlər olan ABŞ və Kanadanın payına dünya dövriyyəsinin 50 %-dən çoxu düşür (cədvəl 7). Goldman, Sachs Company - nin hesabatında qeyd edilir ki, artıq bu gün ABŞ-da 90 % şirkətlər biznesini internet vasitəsi ilə həyata keçirirlər. Ən yüksək dinamika Asiya-Sakit okean bölgəsində qeyd olunur, burada elektron ticarət hiperinkışaf halındadır.

Cədvəl 7

Dünya elektron B2B ticarətinin dinamikası

Ölkələr	2000 il	2001 il	2002 il	2003 il	2004 il	2000-ci ilə nisbətən 2004-cü ildə artım	Dünya ticarətinin həcmində ümumi çəki, %
ABŞ və Kanada	468,8	841,1	1387,7	2183,9	3252,2	7	51,3
Asiya-Sakit okean bölgəsi ölkələri	40,9	108,9	266,3	672,8	1532,7	37,5	24,2
Qərbi Avropa	78,8	175,6	382,0	778,4	1410,7	18	22,3
Latin Amerikası	3,3	6,3	12,7	29,5	76,0	23	1,2
Afrika və Yaxın Şərq	2,0	4,2	9,6	23,0	48,8	24,2	0,8
Şərqi Avropa	0,9	1,8	3,0	6,2	14,9	16,5	0,2
C ə m i	603,7	1137,6	2061,3	3693,8	6335,4	10,1	100,0

Forrester research. (2000 April 18) əsasında tərtib edilmişdir.

Qərbi Avropa ölkələri 2004-cü ildə üçüncü mövqedə idilər, onlar ASR hələ 2003-cü ildə sahib olduqları ikinci yeri təhvil verdilər. Latin Amerikası, Afrika, Şərqi Avropa ölkələrində korporativ ticarət hələ inkişaf etməyə başlayır, lakin onun templəri çox yüksəkdir.

Rusiyada B2B elektron kommersiya sektoru qurulmaq səviyyəsindədir, lakin Qərblə müqayisədə yüksək sürətlə inkişaf edir. 2000-ci ildə korporativlərarası elektron satışın məbləği Rusiyada 60 mln. dollardan çox qiymətləndirilmiş, 2004-cü ildə 422 mln. dollar olmuşdur. Lakin bu göstəricilər üzrə Rusiya yaxın gələcəkdə inkişaf etmiş ölkələri bir neçə dəyə geridə qoyacaq. Mövcud inkişaf sürətini yerli iqtisadiyyatın inkişafını saxlamaqla və qanunverici orqanlar tərəfindən lazımi normativ aktların qəbul edilməsi Rusiya şirkətlərinin korporativlərarası elektron biznesinə iki-üç ildən sonra daxil ola bilər, həmçinin informasiya texnologiyasında və strukturunda, bazar iştirakçıları arasında nisbətən sivilizasiya xarakterinin inkişafında ciddi tərəqqiyə nail ola bilər.

BÖLMƏ II

BEYNƏLXALQ TİCARƏTİN REQLAMENTASIYASI

FƏSİL 6. DÖVLƏTİN XARİCİ TİCARƏT SİYASƏTİ

Ölkələrin xarici ticarət siyasətində liberalizm və proteksionizm

Ölkələrin qapalı milli təsərrüfatlardan dünya bazarına yönəlmiş açıq tipli iqtisadiyyata çıxışı keçmiş əsrin ən aparıcı tendensiyalarından biridir. TMK-lar ticari və iqtisadi siyasəti bu prosesin inkişafına yardım göstərmişdir. Yeni bazarlar yaradılıb gömrük sənədlərini aşmağa səy göstərərək, TMK müxtəlif ölkələrdə çoxsaylı filiallar, törəmə şirkətlər təsis edir.

Açıq iqtisadiyyatın formalaşmasında əhəmiyyətli rolü dövlət də oynamışdır, dövlət öz üzərinə ixrac istehsalının stimullaşdırılması funksiyasını götürmüşdür, həmçinin mal və xidmətlərin idxalını həvəsləndirirdi, milli subyektlərin xarici firmalarla kooperasiyasına imkan yaradırdı.

1960-cı illərdən bəri iqtisadiyyatın açıqlığı prosesləri bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrə də yayıldı. 1980-1990-cı illərdə açıqlıq siyasətinin tərəfdarı Çin və postsosialist respublikaları oldu.

Bu prosesin miqyası onunla izah olunur ki, iqtisadiyyatın açıqlığı xarici amillərin istifadəsinin imkanlarını genişləndirir: milli təsərrüfatlara xarici qabaqcıl texnologiyalar, elm və texnika nailiyyətləri yeridilir. Nəhayət, açıq iqtisadiyyat əlavə maddi, maliyyə və əmək ehtiyatları əldə etməyə imkan verir. Açıq iqtisadiyyat dövlətin nizamlayıcı rolunu ləğv etmir. Bu iqtisadiyyat effektivlik, rəqabətqabiliyyətlilik və milli təhlükəsizlik nəzərə alınmaqla qurulmalıdır, həmçinin

sərmayənin miqrasiyası, dövlətin gömrük, valyuta, vergi, kredit və investisiya siyasəti nəzərə alınmalıdır.

Bununla bərabər, iqtisadiyyatın açıqlıq tendensiyası beynəlmiləlləşmə proseslərini gücləndirir və ölkələrin azad ticarətə yönəlməsi ziddiyyətlərini aradan qaldırmır. Bu ziddiyyətin kökünü dövlətlərin xarici ticarət siyasətində axtarmaq lazımdır.

Xarici ticarət siyasəti – dövlətin iqtisadi siyasətinin əsas tərkib hissəsidir. O, digər ölkələrlə ticarət əlaqələrinin nizamlanmasına və inkişafına istiqamətlənmişdir, məqsədi ölkənin və onun biznesinin dünya bazarında mövqeyini möhkəmlətməkdir.

Xarici ticarət siyasəti müxtəlif dövlətlərlə yanaşı, müxtəlif integrasiya qrupları, üçüncü ölkəyə qarşı münasibətdə olan və aparıcı TMK ittifaqları və qruplaşmaları həyata keçirir. Nəhayət, federativ dövlətlər çərçivəsində federasiyanın subyektləri tərəfindən xarici ticarət siyasəti işlənib hazırlanır. Lakin xarici ticarət əlaqələrini tənzimləyən dövlətlər öz mühüm rolunu saxlayır. Hər hansı bir dövlətin xarici ticarət siyasəti onun həyata keçirilməsi strategiyası Alət və strategiyalar (dəqiq metod və vasitələr) tələb edir.

Strategiya xarici ticarət problemlərini tənzimləmək və inkişaf etdirmək üçün dəqiq məqsədi və yolu müəyyən edir. Bununla əlaqədar olaraq, bir çox ölkələr o ölkələrin dünya təsərrüfatında və xarici ticarət siyasətində dəqiq, o cümlədən ümumi məsələlərə dair qanunvericilik aktları qəbul edir. Məsələn, ABŞ-da xarici ticarət siyasətinin probleminə aid prezidentin illik «ABŞ-ın milli təhlükəsizliyi» məruzəsində baxılır və daha dəqiq «ABŞ-ın milli ixrac strategiyası haqqında» sənəddə həyata keçirilir. Rusiyada eynilə problemlər prezidentin «rusiya Federasiyasının milli təhlükəsizlik konsepsiyaları» fərmanı və «Xarici ticarət fəaliyyətinin tənzimlənməsinin əsasları haqqında» Federal Qanunlarla təsdiqlənir ki, (8 dekabr 2003-cü il) burada xarici ticarətin inkişaf etdirilməsinin əsas qaydaları qeyd edilir.

Dövlətin xarici ticarət siyasəti beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin harmonik, pozitiv və neqativ meyilləri beynəlxalq rəqabətin gərginləşdiyi faktorları nəzərə almalıdır. Ona görə də, o, özündə iki meyili: liberallaşma və himayədarlığı birləşdirir.

Dilemma, nə yaxşıdır – «himayədarlıq» və ya «azad ticarət» fikirləri bir çox əsrlər iqtisadçıları və siyasətçiləri düşündürürdü. Müxtəlif tarixi dövlətlərdə gah bir, gah da digər fikirlər üstünlük təşkil edirdi. 1930-1960-cı illərdə dünya təsərrüfatında liberallaşdırma və azad xarici ticarət meyilləri möhkəmlənirdi. Lakin 1970-ci illərin əvvəllərində ölkələr artıq tarif və qeyri-tarif maneələrindən istifadə etməklə daxili bazarı bağlamağa başladılar. Nisbətən yüksək səviyyədə tarif müdafiəsi Amerika və Yaponiya bazarlarında fərqlənirdi (cədvəl 8).

Cədvəl 8

İnkişaf etmiş ölkələrin vergi qoymasının orta səviyyəsi, %-lə

Ölkələr, regionlar	Orta hesablama rüsumu	Milli idxala görə orta ölçülmüş rüsum
A B Ş	11,1	6,8
A İ	6,9	4,5
Yaponiya	10,1	6.3

Мәnbə: Франция. Наши деловые партнеры. М.: Международные отношения, 1993

1980-cı illərdə ölkələrin xarici ticarət siyasəti yenə liberallaşmaya doğru getməyə başladı. 1990-cı illərin əvvəlində ABŞ hazır məhsulların idxalına rüsumu 7 % azaltmışdır. Onlar Yaponiya rüsumlarından bir az artıq idi, Kanada rüsumlarından az idi. Aİ rüsumlarına bərabər idi. Yarımfabrikatlara rüsumlar sadalanmış ölkələrdə 6,1 %-dən 6,3 %-ə qədər dəyişirdi. Lakin xammala rüsumlar, Aİ və Yaponiyadan bir neçə dəfə çox oldu.

Liberallaşdırma – təsərrüfat subyektləri azad ticarət (free trade) prinsiplərini reallaşdırır, bu zaman dövlət xarici ticarətə bilavasitə təsir göstərmir. Nizamlayıcı rolunu bazar yerinə yetirir, dövlət isə digər ölkələrlə müqavilə bağlamaq funksiyasını öz üzərində saxlayır ki, öz təsərrüfat subyektlərinə maksimal azadlıq təmin etsin.

Xarici ticarət siyasətində liberallaşma meyilləri BƏB, xüsusilə beynəlxalq kooperativləşmə, integrasiya prosesləri ilə ölkələrin qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrinin güclənməsi ilə əlaqədardır. Bu iştirakçı ölkələrin tələb kimi müxtəlif maneələrin, beynəlxalq xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafına mane olan hərəkətlərinin aradan qaldırılmasında baş verir. Belə ki, Qərbi Avropada 1990-cı illərdə integrasiya, siyasi və sosial proseslərin güclənməsi, xarici ticarətin liberallaşdırılmasına imkan vermişdir. Bu meyil, xüsusilə müxtəlif ittifaqlarda və integrasiya qruplarında özünü aydın göstərmişdir.

Dünya təsərrüfatının liberallaşmaya yönəmliliyini, ölkələrin iqtisadiyyatının daha da açıq olması, gömrük rüsumlarının aşağı salınması, bir sıra mallara miqdar məhdudiyyətlərinin aradan götürülməsi aiddir. Dolayı təsdiq kimi isə dünya mal dövriyyəsinin həmişənin artması çıxış edir, o, 50 ilə (1950-2000) 11,6 dəfə artmışdır və 2000-ci ildə 6 trln. Doldardan artıq olmuşdur.¹ Baxmayaraq ki, sonrakı ildə ixracın həcmi 4 % azalmışdır, 2003-cü ildə onun illik artımı 16,3 % olmuşdur. XX əsrin son onilliyində orta illik artım tempi 6 % təşkil etmişdir, 2003-cü ildə isə o 4,5 %-ə qədər azalmışdır.

Proteksionizm – milli istehsalçıların həvəsləndirilməsinə, daxili və xarici bazarda əcnəbi rəqabətdən onların maraqlarının qorunmasına yönəlmiş siyasətidir.

Proteksionizm bazar qüvvələrinin azad hərəkətini qəbul etmir. Xarici ticarətin əsas nizamlayıcısı kimi dövlət çıxış edir. Dünya təcrübəsinin göstərdiyi kimi proteksionizm tenden-

¹ Hesablanmışdır: Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет / Под. ред. И.С.Королева. М., Юристъ, 2003

siyanın xarici ticarət siyasətində güclənməsi bir sıra obyektiv və subyektiv səbəblərlə bağlıdır. İlk növbədə, bazar iqtisadiyyatının iqtisadi inkişafının dövrüyyəliyi ilə: iqtisadi tənəzzül və böhran dövründə proteksionizm dövlətin iqtisadi siyasətinin ayrılmaz hissəsi olur. İkincisi, dövlətin dünya təsərrüfatında yerinin zəifləməsi, onun mallarının rəqabət qabiliyyətinin itməsi, həmçinin yaranan sahələri dəstəkləməsi üçün lazım olur. Üçüncüsü, təchizatçıların pis kommertiya təcrübəsi ilə, bu zaman ixracatçı ölkələrin hökumətləri açıq və ya gizli şəkildə öz istehsalçılarına maliyyə köməkliliyi göstərirlər.

Daha aydın şəkildə proteksionizm dövlətin öz mövqeyini dünya təsərrüfatında itirməsi və onun milli mallarının rəqabət qabiliyyətinin dünya və daxili bazarda itməsi zamanı büruzə verir. Məsələn, 1970-1980-cı illərdə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatında böhran halları, ABŞ tərəfindən lider mövqeyinin itirilməsi inkişaf etməkdə olan ölkələrin beynəlxalq iqtisadi münasibətləri tənzimləyən institutların işindən narazılığı həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə proteksionizm tendensiyasını artırırdı. 1986-cı ildə ticarət sədləri artıq inkişaf etmiş ölkələrin 21 % idxalına təsir göstərirdi, lakin 1981-ci ildə bu rəqəm 17 % idi. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə bu göstərici daha da böyük idi, müvafiq olaraq – 26 və 25 %. Proteksionizm siyasətini dövlət milli istehsalçıların dünya bazarında iştirakının bərkidilməsi və genişlənməsi üçün istifadə edə bilər. Bunun üçün o, müvafiq ixrac strategiyaları və proqramları hazırlayır, müxtəlif dövlət strukturlarını formalaşdırır, təşkilati-iqtisadi tədbirlərin geniş kompleksini həyata keçirir, ixracın bilavasitə və dolayı dəstəklənməsi üçün müxtəlif alətlər istifadə edir.

Ümumi inkişaf zamanı müxtəlif ölkələrdə və bölgələrdə xarici ticarətin dinamikası fərqlidir. Bu xarici ticarət siyasətinin xarakterində əks olunur. Belə ki, kapitalist ölkələrin xarici ticarətinin 1970-1980-cı illərdə dinamikasının qeyri-bərabərliyi, ABŞ-da əmək məhsuldarlığının inkişaf tempələrinin azalması üç dünya təsərrüfatı qüvvələrinin – ABŞ,

Yaponiya və Qərbi Avropanın nisbətini dəyişdi və ABŞ-ın xarici ticarət siyasətinə təsir göstərdi. 30 il ərzində, praktiki olaraq 1990-cı ilə qədər ABŞ-ın inkişaf etmiş ölkələrin ixracında payı azalırdı. Amerika mallarının rəqabət qabiliyyətinin itməsi ABŞ-ın xarici bazarlarının itirməsi, daxili bazarlarda rəqabətin düclənməsinə və bunun nəticəsi olaraq, xarici ticarət siyasətində proteksionizm tendensiyanın inkişafına gətirib çıxartmışdır.

Daxili bazarı rəqabətdən qorumağa cəhd göstərərək Amerika hökuməti bir sıra himayədarlıq qanunları qəbul etmişdir. Belə ki, 1988-ci ildə qəbul edilmiş ticarət haqqında yeni qanun «Super - 301» in bəndində «uğursuz ticarət siyasəti» əleyhinə cavab tədbirləri tətbiq etmək qərara alınmışdır. Konqresmenlərin fikrincə, belə bir siyasət ABŞ-ın mənfi ticarət saldosu verdiyi vaxt həyata keçirilmişdir (Yaponiya 55 mlrd dollar, Cənubi Koreya 10 mlrd dollar). Sədaqətsiz olan tərəfkeşləri cəzalandırmaq üçün «könüllü ixracın məhdudlaşdırılması özünü məhdudlaşdırma» kimi konsepsiya işlənib hazırlanmışdır ki, bu da ölkəyə alınan və ölkədən ixrac olunan mallara müəyyən normativlər (kvota) tətbiq edilməsini nəzərdə tuturdu. İlk anda bu, dövlətin istehsal və bazar seqmentlərini miqdarca planlaşdırmaq demək idi. ABŞ-ın himayədarlıq gücü ixrac subsidiyalar və rüsumlarından, tarif və qeyri-tarif gömrük formalizminə, texniki standartlara, sanitar və baytarlıq normalarına qədər tədbirlər işlənib hazırlanmışdır. Bunlar isə ixrac subsidiyalarının və qeyri-tarif maneələri QATT və ÜTT-nin qaydalarına tamamilə ziddir. Bunların bizim iqtisadiyyatımıza təsiri yaxşı aydındır.

Bu müxtəlif yığımlar hesabına ixracı subsidiyalasdırmaq üçün vəsaitin formalaşmasına səbəb olur. İxrac subsidiyaları dünya bazarına aşağı qiymətli malları yönəltmək – çıxarmaq imkanı verir və bununla da qiyməti dəyişir və aşağı salır. Belə himayədarlıq tədbirləri nisbətən səmərəli istehsalçılara zərbə vurmaq deməkdir.

«Super-301» maddəsinə cavab olaraq partiyonlar öz proteksionizm arsenalını işə saldılar. Aİ ölkələri malların satış çətinliyi metodunu istifadə edirdilər: Aİ poçt, telekommunikasiya orqanları müvafiq texnologiyalarda avadanlığın vahid texnologiyasını hazırlayırdı. Bu standartları dərhal heç bir sənaye nəzərə ala bilmədiyi üçün, digər standartları tətbiq edən firmalar müvəqqəti bazarlarını itirirlər, satışın çətinə düşməsi istehsalın özünü də məhdudlaşdırır. Proteksionizm siyasəti, adətən «ticarət müharibələri» ilə sona çatır. Bir qayda olaraq, proteksionizmin müdafiəsinə aşağıdakıları göstəririlər:

- gənc milli sahələrə kömək;
- iş yerlərinin qorunması;
- büdcənin gəlirlərinin doldurulması;
- milli təhlükəsizlik.

Təcrübə göstərir ki, proteksionizm tədbirlər istehlakçıya ildə milyardlarla dollara başa gəlir. Gənc milli sahələrin müdafiəsi ondan ibarətdir ki, istehsalçının ilkin yüksək xərcləri onun malını dünya bazarında rəqabətqabiliyyətinin itməsinə səbəb olur, bunun üçün bu sahə ayağa durana qədər ona kömək etmək lazımdır. Lakin, ilk növbədə, əməllibaşlı ayağa durmuş sahəni aşkar etmək çətindir. İkincisi, istehsalın effektivliyinin aşağı düşməsi tendensiyalarının formalaşması istisna olunmur. Nəticədə korporasiyalar effektiv inkişaf yolunu axtarmaq stimulu və rəqabətqabiliyyətliliyini itirir. Belə bir qorxu yaranır ki, milli korporasiyalar daha uğurlu rəqiblər tərəfindən əldə edilsin. Dövlət yenidən vəsait yatırmaq məcburiyyətində qalır. Həmçinin, xarici siyasətdə öz bazarlarının qorunması üçün istifadə olunan proteksionizm tədbirlər əks effektdə malik ola bilər. Belə ki, yapon avtomaşınlarının ABŞ-a «ixracının könüllü məhdud olunması»nın ilk üç ili Amerika mütəxəssislərinin fikrincə, Amerika istehlakçısına hər bir saxlanan iş yeri üçün 160 min dollar təşkil etmişdir.¹ Yaponiya

¹ Bax: Grandell R.W. Import Quotas And the Automobile Industry: The Cots of Protectionism // Brooklin Review. Summer 1984.

üçün kvotanın qoyulması onun ABŞ bazarında rəqabət potensialının inkişafına və gəlirin artmasına gətirib çıxartdı, belə ki, yapon maşınlarına yüksək tələbat olduğu bir vaxtda ixracın azaldılması onların qiymətinin 2600 dollar artmasına səbəb olmuşdur.

Amerika avtomaşınların da qiymət 40 % qalxmışdır. Lakin ABŞ-ın proteksionizm siyasəti nəticəsində onların istehsalı gəlirli olmuşdur. Əziyyət çəkən isə Amerika istehlakçıları oldu. Nəhayət, ölkənin proteksionizm tədbirlərinə cavab olaraq Yaponiya tərəfindən də məhdudiyyətlər qoyulmuşdur, beləki Yaponiya Amerikada portağal şirəsinin idxalına məhdudiyyət qoydu.

Böyük yeddilik inkişaf etməkdə olan ölkələrə qarşı proteksionizm siyasəti yürüdürlər. 1970-1980-cı illərdə ABŞ Asiya və Latin Amerikası ölkələrindən tekstil materiallarının, avtomaşınların və poladın idxal olunmasına məhdudiyyətlər qoydu. 1980-cı illərdə praktiki olaraq, əvvəla, Qərb tərəfindən inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün preferensiyaların ümumi sistemi çərçivəsində verilmiş imtiyazlar praktiki olaraq fəaliyyət göstərmirdi. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin xarici bazarlara çıxışı müxtəlif tarif və qeyri-tarif sənədlərini bağlayır. Bu tədbirlərin nəticəsində inkişaf etməkdə olan ölkələr valyuta çatışmazlığı keçirirlər, valyuta ehtiyatlarının olmaması isə onların iqtisadi inkişafını və rifahını çətinləşdirir.

Vergi sisteminin keyfiyyətli formalaşmadığı ölkələrdə dövlət büdcəsinə gəlirlərin daxil olması haqqında sübut və dəlillər xüsusilə geniş yayılmışdır. Gömrük rüsumları vergini yığmağa nisbətən daha sadə olar, lakin bu halda büdcəyə daxilolma qiymət üzrə idxala tələbin elastikliyindən asılı olacaqdır. Lakin elastiklik yüksək olduqca himayədarlığın zəifləməsindən dövlətdə gəlirlər artar.

Strateji vacib məhsulu istehsal edən sahələrə münasibətdə himayədarlığın lehinə olan argument də inandırıcı deyil. Bərpa olunmayan sərvətlərə gəldikdə isə, proteksionizm ölkəni gələcəkdə idxal təchizatlarından asılı vəziyyətə sala

bilər. Deməli, bu arqumentin yoxlanmaya ehtiyacı vardır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, məqsədə çatmağın proteksionizmdən də effektiv yolları vardır.

Beləliklə, milli sənayeni, kənd təsərrüfatını qoruyan proteksionizm siyasəti bir tərəfdən xarici malları əvəzləmək iqtidarında olan milli istehsalın inkişafını həvəsləndirir, digər tərəfdən isə yüksək rüsumlarla qorunan malların qiymətlərinin qalxmasına səbəb olur. Ticarət partnyorları olan ölkələrin cavab tədbirləri milli təsərrüfata zərər vura bilər ki, bu da proteksionizm müdafiədən əldə olunan gəlirdən çox olacaq. Xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsinin əsasını, ilk növbədə, gəlir və zərərin nisbəti təşkil etməlidir.

Xarici və milli iqtisadçılar proteksionizmin bir çox formalarını ayırd edirlər:

selektiv proteksionizm – ayrıca ölkələr və ya ayrıca mallara qarşı yönəlib (məsələn, RF ilə ABŞ arasında rus poladının ixrac və amerikan toyuq ətinin idxalına dair ziddiyyətlər); *Sahə proteksionizmi* – müəyyən sahələrin, ən başlıcası isə kənd təsərrüfatının müdafiəsi (məsələn, AB inkişaf normaları olan amerikan mal ətinə embarqosu);

kollektiv proteksionizm – integrasiya qrupları tərəfindən onların bazarına daxil olmasını çətinləşdirən üçüncü ölkələrə qarşı vahid gömrük siyasətinin aparılması;

gizli proteksionizm – daxili iqtisadi siyasət metodları ilə həyata keçirilir (məsələn, Fransada ixracatçılar bilavasitə və qismən də olsa birbaşa vergilərdən azad olunur);

neoproteksionizm – malların sərhəddən keçirilməsini çətinləşdirən inzibati, maliyyə, kredit, texniki və digər sədlərin quraşdırılması, xarici ticarət dövryyəsinin nizamlayıcısı kimi geniş istifadə olunur. Sadalanmış sədlərin həcmi və istifadəsi milli qaydalarla tənzimlənir. Neoproteksionizmin amili kimi «elektron səd də» çıxış edə bilər.

Ticarət siyasəti sahəsində beynəlxalq öhdəçiliklər sistemini formalaşdırmaq və genişləndirmək QATT və sonradan DTT-yə çoxlu ölkələrin üzv olması ilə əlaqədar olaraq protek-

sionizmin imkanlarını məhdudlaşdırmaq, proteksionizmi nisbətən seçicili və məqsədyönlü istiqamətləndirmiş etdi.

Bu gün öhdəçiliklərdən yan keçməklə çoxtərəfli sazişlərin imzalanması ticarətin məhdudlaşdırılması təcrübəsinin tətbiqi geniş yayılır. Belə məhdudlaşdırma «boz sahə tədbirləri» adını almışdır.¹ Qanunvericilikdə təcrübə olaraq qeydə alınmış, lakin bəzi hallarda onlar ikitərəfli razılaşma forması kimi qəbul edilir (bax.: Daniltsev). Bu tədbirlər qadağan edilmiş rüsumlar və digər tədbirlərin təhlükəli olduğu halda belə, o cümlədən, bazara daxil olmanı nisbətən məhdudlaşdıran malları könüllü olaraq çıxarmağı nizamlamaqdır. ABŞ və Aİ nisbətən tez-tez «boz sahə tədbirləri» tətbiq edir (ixracın könüllü məhdudlaşdırılması, ixraca ikitərəfli razılıq və nəzarət) (tez-tez ixraca nəzarətdən istifadə edir). Bir qayda olaraq, «ixracın könüllü məhdudlaşdırılması» bazarda inhisarçılığın güclənməsinə səbəb olur. Bu tədbirlər idxalın məhdudlaşdırılması hüquqlarının nisbətən pozulması növü kimi hesaba alınır. Qeyri-proteksionizm vasitələrinə ixracın birbaşa və dolayı subsidiyalaşdırılması, milli malların rəqabətətmə imkanlarının yüksəldilməsinə istiqamətlənən vergi güzəştlərinin tətbiq olunmasını aid edilir.

Dövlətin xarici ticarət siyasətinin alətləri

Dövlətlər xarici ticarətdə müxtəlif nizamlayıcı alətlərdən istifadə edir. Onların seçimi və müxtəlifliyi həll olunan məsələlərdən asılıdır: onlar iqtisadi və ya inzibati xarakter daşıya, idxalı bir başa və ya dolayı şəkildə məhdudlaşdırma, ixracın inkişafını stimullaşdırma bilər.

Tariflər və ticarət haqqında Baş razılaşmanın (TTBR) katibliyi təklif etmişdir ki, xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsi metodu olan tarif və qeyri-tarif sənədlərini nəzərdən

¹ «Boz sahə tədbirləri» - hüquqi normaları pozmayan, lakin yolverilməz və insafsızlıq sayılır.

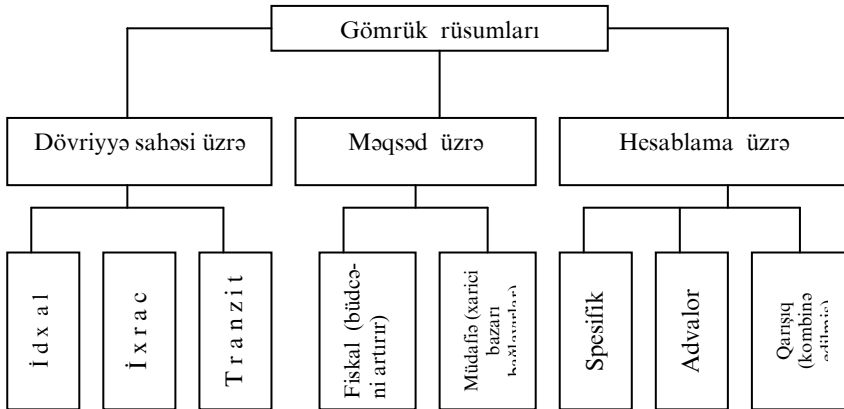
keçirmək lazımdır. Qeyri-tarif sənədlər «tariflərdən başqa, beynəlxalq ticarətin azad axınına mane olan istənilən hərəkətlər» kimi təyin edilmişdir.

Hal-hazırda xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsi qeyri-tarif alətlərinin vahid beynəlxalq təsnifat

ı yoxdur. Lakin beynəlxalq təşkilatların – TTBV, Beynəlxalq ticarət palatasının, ticarət və inkişaf üzrə BMT konfransının, həmçinin bu problemi öyrənən alimlərin təsnifatları mövcuddur.

Tarif üsulları daha geniş yayılmışdır. Xarici ticarətin klassik nizamlayıcısı idxal və ixrac gömrük rüsumları şəklində istifadə olunan gömrük tarifidir. İdxal gömrük rüsumlarına məruz qalan malların sistemləşdirilmiş siyahısı şəklindədir. Gömrük tarifinin hüquqi bazasını dövlətlərdə qəbul olunan qanunverici aktlar və gömrük məcəlləsi təşkil edir.

Gömrük rüsumları – bu dövlət tərəfindən malların və ya xidmətlərin dövlətin gömrük sərhədlərini keçdikdə götürülən özünəməxsus vergidir. Onları dövriyyə sahəsi, hesablama məqsədi və üsulu üzrə təsnifləşdirirlər (şəkil. 7).



Şəkil 7. Gömrük rüsumlarının təsnifatı

Dövriyyə sahəsi üzrə idxal, ixrac, tranzit rüsumları ayrırırlar.

Məqsəd rüsumu – həmin ölkədə istehsal edilməmiş mallardan tutulmayan vergi. Ən böyük fiskal rüsum çaya, kofeyə, spirtli içkilərə və kosmetik mallaardır.

Müdafiə rüsumu – «xarici» malların «dartılması» üçün tutulan vergidir. Beləliklə, bu rüsum milli istehsalçıları xarici rəqabətdən qoruyur. Gömrük rüsumlarının məhdudlaşdırılması və xarici malların daxili bazarlara daxil olmasının girişini qapatmaq üçün dini ənənələrlə bağlana bilər. Məsələn, Səudiyyə Ərəbistanı, Yəmən, Fələstin, Pakistan, Əfqanıstan donuz ətinin və alkoqol içkilərinin idxalının qarşısını alır.

Bəzi malların idxalına əlaqə, əhalinin sağlamlığının qorunması, təbiətin qorunması məqsədi ilə qadağa qoyulur. Beləki, Yaponiya və Kanadada bəzi dərman və tibbi preparatların idxalına qadağa qoyulur, AB – fil sümüyünün və gənc suitlərin dərisinin, Hindistana, İndoneziyaya, Braziliyaya, BƏƏ müəyyən herbisidləri və insektisidləri idxal etməyə icazə vermirlər. AB-də 13 növ xəz mallarının idxalına qadağanın qoyulması məsələsi müzakirə olunurdu.

Müdafiə rüsumu həll olunan məsələlərdən asılı olmayaraq himayəçi, kompensasion, antidempinq olur.

Hesablama üsuluna görə, spesifik, advalor və qarışıq tiplərə ayrırırlar.

Spesifik – təyin olunmuş mal vahidinə görə sabit tariflər (ədəd, çəki, həcm, uzunluq və s.).

Advalor (latın dilindən ad valor-qiymətdən) malın və ya xidmətin sazişinin qiymətindən faiz. Ölkədə yüksək inflyasiya olduqda üstün tutulur.

Qarışıq spesifik və advalor rüsumların istifadəsi.

Gömrük tarifi sistemində malın istehsal olunduğu ölkənin müəyyən edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, göndərilən və gətirilən ölkədən mala münasibətdə tətbiq edilən rüsumlar əsas idxal və ixrac dərəcələri hesab edilir və çox böyük olmayan maneli rejimi fəaliyyət göstərir. Məsələn, bağlanmış sazişlərə və ənənəvi təcrübəyə uyğun olaraq inkişaf etməkdə olan ölkələrə münasibətdə idxal (gətirən) sazişləri əsas dərəcələrə nisbətən 2 dəfə aşağıdır (Rusiyada 2004-cü ilin başlanğıcında bu dərəcələr 25 %-dən aşağı olmuşdur). Çox böyük olmayan maneli rejimlərinin yayılmadığı ölkələrdən mallar baza dərəcəsindən yüksək dərəcə üzrə gətirilir. Nisbətən inkişaf etmiş (kasıb) ölkələrdən rüsumsuz («0» rüsumla) gətirilir.

Özündə iqtisadi, texniki və inzibati tədbirlər birləşdirən nizamlama aləti qeyri-tarif sədlərdir. Onların köməyi ilə xarici malların daxili bazara təchizi müəyyənləşir və nəzarət həyata keçirilir.

İqtisadi tədbirlər:

- gömrük dəyərinə nəzarəti;
- valyuta nəzarəti;
- subsidiyalara, sanksiyalarla bağlı maliyyə tədbirləri;
- müdafiə tədbirləri (antidempinq, kompensasiya, xüsusi rüsumların köməyin ilə);
- əlavə gömrük vergiləri (aksizlər, vergilər və s.).

İnzibati tədbirlər açıq və ya gizli şəkildə qadağan (embar-qo), həmçinin miqdar məhdudiyyəti nəzərdə tutur.

Miqdar məhdudiyyəti bir neçə məqsəd güdür:

- milli təchizatçıların həddən artıq xarici rəqabətdən qorunması;

- daxili bazarda stabil qiymətlərin qorunması;

- xarici valyutanın ekonom istifadəsi;

- digər dövlətlərdən buna bərabər olan ticarət-siyasi güzəştlər əldə etmək.

Qərbi ölkələrində 90-cı illərdə miqdar məhdudiyyətləri geniş istifadə olunmurdu. Onların köməyi ilə idxalın 5 %-i nizamlanırdı. Miqdar məhdudiyyətlərinin ənənəvi forması kvotalar, lisenziyalar, kompensasiya yığımları, import depozitləri və s.

Daha çox dörd növ kvota yayılmışdır – fərdi, qlobal, tarif və mövsümi, onlar bir-birindən ticarət, təsir sahəsi və vaxtı, idxal olunan ölkənin bazarına girişin sənədləşməsi proseduru üzrə əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

Fərdi kvotalar, bir qayda olaraq, ölkəyə hansı bir malın ümumi limit və ya mal verilməsində əsas ixracatçı ölkələr arasında ötən dövrdə mal verilməsi bazasında (yeni mal verənlər üçün ümumi kvotanın bir hissəsi ehtiyatda saxlanılır) və ya müəyyən qrup ölkələr çərçivəsində (hansılar ki, limit bölüşdürür), o cümlədən bəzi ölkələr üçün onların idxal üzrə qarşılıqlı öhdəçiliklərindən asılı olaraq yayılması üçün istifadə edilir.

Məsələn, parça malları üzrə beynəlxalq razılaşmaların iştirakçı ölkələrində (onu 50-yə yaxın ölkə imzalamışdır) fərdi kvotalarla bu qrupdan olan bir çox malların idxal olunmasını reklamasiya edir. Belə ki, ABŞ parça malları üzrə 31 ölkə ilə, Aİ 25 ölkə ilə belə ikitərəfli müvafiq razılaşmalara malikdir. Fərdi kvotalar Aİ-da 1990-cı ildən keçmiş SSRİ-də, indi isə Rusiyadan və MDB ölkələrindən 20-yə qədər tekstil malları üzrə fəaliyyətdədir.

Qlobal kvota – ixracın ümumi miqdar limiti deməkdir və hər hansı malın ölkə üzrə paylanmasıdan irəli gəlir. Bu cür kvotaları daha tez-tez Almaniya (kömürün AB hüddudlarından kənarda yerləşən ölkələrdən idxalına), Fransa (neft və neft məhsullarına), Avstriya (çaxıra, nişastaya, ət konservlərinə), Finlyandiya (bitki yağlarına, neft və neft məhsullarına), ABŞ, Kanada, həmçinin Hindistan, Koreya Respublikası, Meksika qurur.

Tarif kvotalar müəyyən miqdarda malın gömrük rüsumlarının imtiyaz dərəcələri ilə idxalını nəzərdə tutur. Məsələn, Avstriya tərəvəzin bəzi növlərinin, bərk buğdanın, kafeinin idxalı, Finlyandiya isə pendirin idxalı zamanı tarif kvotası qoyur. Tarif kvotaları Yaponiya və ABŞ-da da təsir göstərir.

Mövsümi kvotalar, adətən, ölkədə məhsul yığımı və daxili bazara öz şəxsi məhsulunun, əsasən də, tez korlanan meyvələrin, tərəvəzlərin və güllərin daxil olması zamanı kənd təsərrüfatı mallarının idxalına qoyulur.

Beləliklə, idxal edən ölkəyə gətirmələrin kvotalaşdırılması əgər valyuta istifadə olunan kvotanın növü, bölüşdürülmə qaydaları dəqiqləşdirilsə və tənzimləmə sistemində öz yoxsulluğunu taparsa ixracatçı üçün çətinliklər yaranar.

İdxalın *lisenziyalashdırılması* ikili xidmət edə bilər: idxala nəzarət üçün (lisenziyanın alışına) və lisenziyanın verilməsində müəyyən olunmuş vaxtda (müəyyən vəziyyətdə) və ya ticarəti miqdarca tənzimləyərkən onların verilməsi dayandırılır. Bu və ya digər məqsədlə lisenziyalashdırmaya müxtəlif miqyasda və formada bütün ölkələr müraciət edir.

Fərdi və baş lisenziyalar nisbətən geniş yayılıb. Müxtəlif fərdi idxal əlavə şərtlərlə icazə verməyi və ayrı-ayrı ölkələrdə spesifik formaları müşayiət edən lisenziyalar da mövcuddur.

Fərdi lisenziya eyni vaxtda qeydiyyatdan keçmiş müəyyən miqdar malın çıxarılması üçün dəqiq, idxalçıya verilmiş icazədir. Xarici valyutanın sərf edilməsinə ciddi nəzarət edilən ölkələrdə belə lisenziyalar, eyni zamanda, lazım olan malları almaq üçün ayrılan valyuta vəsaitinə icazənin verilməsinə

xidmət edir. Fərdi lisenziya sisteminə inkişaf etməkdə olan ölkələr daha tez-tez müraciət edir. Belə ki, çox vaxt onlar (lisenziyalar) mal alan və ya mal verən öz üzərinə müəyyən kommersiya öhdəçiliyi: idxalatçının ölkəsində xarici mal verənlərin cəlb edilməsi, müəssisələrin istehsal etdiyi mal, maşın və avadanlıqların müəyyən hissəsinin xaricə çıxarılması, daxili bazardan malların alınması, eynilə idxalatçılara aid olan və digər şərtlər daxilində verilir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə lisenziyalaşdırma üçün çox sayda qadağanedicı şərtlər xarakterikdir.

Baş lisenziya nəzərdə tutulur ki, istənilən idxalçı uzun vaxt müddəti ərzində faktiki azad şəkildə xüsusi siyahılarda sadalanan malları məhdudiyyətsiz, azad idxal etməyə icazə verir. Doğrusu, bu cür lisenziya həm bütün təchizatçı ölkələrə, həm də yalnız adı bu siyahıda sadalanan ölkələrə yayıla bilər.

Sənaye ölkələrində avtomatik lisenziyalaşma yayılmışdır, o, əsasən, malların idxalına nəzarət etmək üçündür. Beləki onların həddindən artıq daxil olması yerli, rəqabət göstərən müəssisələrin vəziyyətini çətinləşdirə bilər. Əsasən də, ABŞ avtomatik lisenziyalaşma vasitəsi ilə ayaqqabıların və yarımkeçiricilərin, həmçinin Yaponiyadan kompyuterlərin və çilinqər alətlərinin idxalını nəzarətdə saxlayır.

Qeyd etdiyimiz kimi, miqdar məhdudlaşmasının yeni növü də peyda olmuşdur, bu «könüllü» məhdudlaşdırmadır (özünüməhdudlaşdırma). O, ölkəyə daxil olan ixracın həcmi-nin ixtisara salınmasını nəzərdə tutur, bu da, öz növbəsində, idxal olunan malların satışının azalmasına səbəb olur. «Özünüməhdudlaşdırma» iştirakçı dövlətlər arasında rəsmi ikitərəfli razılaşmalar yolu ilə tənzimlənir. Bu forma, yalnız zahiri cəhətdən könüllüdür və sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr üçün xarakterikdir. Adətən, bu yola ABŞ və AB əl atır, əsasən, bunlar tekstil, tikiş sənayesinin məhsullarına, qara metallurgiyaya aid olur.

İxracın «özünüməhdudlaşdırılması» nadir hallarda Rusiya ixracatçılarına tərəf yönəlmişdir. Məlumdur ki,

məsələn, 1987-ci ildə ABŞ SSRİ-dən pambıq-parça məhsuluna məhdudiyyət qoyması icazəsi almışdır. Lakin, bu, o deməkdir ki, ixracın nəzərdə tutulan nizamlaşdırma forması praktiki əhəmiyyət daşıyır, iş ondadır ki, emal sənayesi malların Qərbdə ixracı hələ ki çox deyil və bu malları idxal edən ölkələrdə neqativ reaksiya yaratmır, deməli gələcəkdə bu mümkündür.

Təcrübə göstərir ki, ixracın «özünüməhdudlaşdırılması»na səbəb idxalın birdən-birə artması və onun payının malın ümumi istehlakında artması səbəb olmuşdur. İdxalın nizamlaşdırılmasının inzibati alətləri arasında əsas yeri ixracın nizamlaşdırılması və digər xüsusi tələblər: beynəlxalq bölgə və milli standartlar, sertifikatlaşdırma sistemləri və məhsulun keyfiyyət yoxlamaları tutur. Bilavasitə, xarici ticarətin məhdudlaşdırılmasına yönəlməyən bu tədbirlər, proteksionizm mahiyyət daşıya bilər və analoji məhsulun milli istehsalçıların miqdarında idxalın məhdudlaşdırılmasının effektiv vasitəsidir.

Texniki və digər xüsusi tələblər (məhdudlaşdırma): beynəlxalq, regional və milli standartlar, məhsulun keyfiyyət müfəttişliyi və sertifikatlaşdırma sistemi, həmin məhsula təhlükəsizliyi və ekoloji baxımdan tələblər, sanitariya-gigiyenik və baytarlıq normaları, həmçinin, qablaşdırma və markalamaya olan tələblər idxalın tənzimlənməsinin inzibati vasitələri arasında xüsusi yer tutur. Gələcəkdə də bilavasitə xarici ticarətin məhdudlaşdırılmasına yönəlmələr proteksionizm xarakteri daşıya bilər və oxşar məhsulun milli istehsalçıların marağında idxalın tənzimlənməsi vasitələrinin səmərəsi kimi çıxış edir.

Bununla belə, heç də həmişə xarici mallara münasibətdə ciddi, milli-texniki və digər xüsusi tələblərə proteksionizmin aləti kimi baxmaq lazım gəlir. Bir çox hallarda onlar əhalinin sağlamlığının qorunmasına cəhd göstərilməsi ilə əlaqələndirilir.

Xaricdə texniki və xüsusi tələblərin artması ilə əlaqədar, xarici bazarlara girişin asanlaşdırılması və bununla əlaqədar olan xərclərin azalmasına səbəb olaraq ixrac üçün nəzərdə tutulan məhsulun beynəlxalq standartlar (ilk növbədə Stan-

dartlaşdırma üzrə beynəlxalq təşkilat (ISO) və AB orqanları tərəfindən hazırlanmış) nəzərə alınmaqla istehsal olunur.

Beləliklə, dünyada istifadə olunan xarici ticarətin nizam-lama alətləri bütün öz satışmazlıqlarında beynəlxalq ticarətin şərtlərini formalaşdıran obyektiv reallıqdır və Rusiya ixra-catçıları onunla hesablaşmalıdır. Əsasən də, yeni bazara çıxar-kən bu və ya digər ölkədə rastlaşa biləcəkləri məhdudiyyət və tələblər növü ilə tanış olmalıdır, konkret bir ölkənin idxal qaydalarına riayət etməli və idxalçı vasitəsi ilə qüvvədə olan tələb və normaların yerinə yetirilməsinə çalışmalıdır.

İmportun nizamlanmasının mövcud normalarına say-mazyana münasibət xoşagəlməzliyə gətirib çıxara bilər. Mə-sələn, 1992-ci ilin oktyabr ayında ABŞ-ın rəsmi orqanları bir Çin dövlət şirkətinə ABŞ-a tekstil və geyimin müəyyən olun-muş idxal kvotalarının pozulması ittihamı irəli sürdü. Po-zuntu şirkətə 4 mln. dollar cərimə ilə nəticələndi.

İxracə dövlət dəstəyi

İdxalın nizamlanması ilə bərabər, ölkələrin hökumətləri mal və xidmətlərin ixracının gücləndirilməsi, onların bey-nəlxalq rəqabətqabiliyyətinin artması üçün tədbirlər görür. Bu gün bu məsələlər dövlətin xarici ticarət siyasətində başlıca rol oynayır. İxrac canlı iqtisadi konyunkturənin dinamik əmilidir və ölkənin sabit sosial-iqtisadi inkişafına köməklik yaradır.

İxracın strateji rolu, ilk növbədə, ondan ibarətdir ki, rəqabət üstünlüyü əsasında o, milli sərhədləri genişləndirir və əlavə satış bazarları hesabına ixracatçı ölkədə geniş təkrar istehsalı stimullaşdırır, ikinci, əlavə gəlirin əldə edilməsi və müvafiq məhsulun milli və beynəlmiləl qiymətləri arasında əlavə gəlirin və milli gəlirin çoxalması üçün mənbədir. Beləki, 1990-cı illərdə ixracın gücləndirilməsi hesabına ABŞ-ın ÜDM

gəlirinin dördüdə bir hissəsi təmin olunmuşdur və 12 mln. yeni iş yeri açılmışdır.¹

Dünya təcrübəsi təsdiq edir ki, istehsala istiqamətlənən ixraca kömək üçün dövlət xərcləri yüksək səviyyədə sabitdir. İxrac bazarında əlverişli ticari-siyasi şərtlərin təmin edilməsindən, hər şeydən əvvəl, orta və kiçik biznesin müəssisələrin ixrac fəaliyyətinə cəlb edilməsi və onlara maliyyə yardımının göstərilməsi nəticəsində xarici bazara ixrac mallarının hərəkət metodlarının müxtəlifliyi və meyilləri möhkəm inkişaf edir.

İdxalın ödənilməsi üçün ölkənin xarici valyuta ilə təmin edilməsində valyuta ehtiyatlarının yığılmasında və xarici borclara xidmət göstərilməsində ixrac az rol oynamır. Rusiya təcrübəsinin göstərdiyi kimi 1990-cı illərdə iqtisadiyyatın aşağı düşdüyü dövrdə ixrac ölkənin təsərrüfat həyatında tarazlığı saxlamaqda özünəməxsus amortizator kimi qaldı.

Təşkilati-iqtisadi tədbirlərin aparılması istiqaməti ölkələrdə ixrac fəaliyyətinə dövlətin köməklik vasitələri, milli iqtisadi strategiya və onun həyata keçirilməsinin müvafiq proqramları, həmin dövlətin sosial-iqtisadi və siyasi-qlobal strateji məqsədləri ilə üzvü surətdə əlaqədə olmaqdır.

Dövlətin ixrac strategiyasını əks etdirən aşağıdakılardır: 1) səmərəlilik yolu ilə iqtisadi sabitliyə yardımçı olmaq, mövcud və ya perspektivdə beynəlxalq əmək bölgüsündə rəqabət üstünlüyündən maksimum istifadə etmək və 2) dövlətin ictimai marağında ixrac fəaliyyətinin inkişafı üçün şəraitin yaradılması (inzibati, maliyyə, informasiya-məsləhət və digər vasitələrlə).

Bütün müxtəlif milli ixrac strategiyasında onlar iki prinsipial variantdan yaxınlaşır. Birinci, variant xarici ticarətin prioritetliyinin və ixracın inkişafının daxili iqtisadiyyat üzərində inkişafı. Bu variantda xarici ticarətin və ixracın daxili iqtisadiyyatın inkişafı və yenidən qurulması faktoru kimi çıxış

¹ Вах.: Приоритетные направления внешнейторговой политики США // БИКИ. 2001, № 69. 26. 06.

edir. İxrac strategiyası ixrac imkanlarını genişləndirmək üçün və biznesə kömək etmək, resursları səfərbər etmək məqsədilə dövlətin yüksək səviyyədə iqtisadiyyata müdaxilə etməsinə arxalanır: bu variant Yaponiya, Almaniya, Fransa və digər dövlətlərdə İkinci Dünya müharibəsindən sonra Şərqi Asiyada ETS-nin iqtisadiyyatı dirçəltmək və modernləşdirmək məqsədi daşıyırdı. İxrac strategiyası sonda sənaye-investisiya siyasətində göstərirdi ki, bu da emal sənayesində ixraca istiqamətlənən istehsal sahələrinə, istehlak malları ilə ticarətdən uzun müddət istifadə olunan maşınqayırma məmulatlarına, elektronika və digər məmulatların hazırlanmasına istiqamətlənmişdir.

İxrac dövlət tərəfindən hərtərəfli köməklik, ixrac potensialı istehsalı müəyyən etməyi və xüsusi biznesi aşkar etməyi, ixrac gəlirlərindən məqsədyönlü istifadə, xarici texnologiyanın alınmasını, mütərəqqi sahələrin inkişafını xarici maliyyə ilə stimullaşdırmaq, xarici kapitalı strateji məqsədlərə cəlb etməyi və s. aşkar etməyə imkan verdi və qısa müddətdə Asiya «drakonu» dünya təsərrüfatında öz mövqelərini müəyyən dərəcədə möhkəmləndirdi.

Baxmayaraq ki, onların sənaye ixracında çox da mürəkkəb olmayan maşınqayırma məmulatları və komponentlər üstünlük təşkil edir, onların istehsalı üçün bir neçə növ elektronikanı tətbiq etməklə (kompyuter, manitor, LSD-ekran və s.) və digər əmək tutumlu məhsullarla onlar elmi-texniki tərəqqinin zirvəsinə çıxdılar. Bazarlar üçün əsas ixracatçı ABŞ, Aİ ölkələri və Yaponiya olaraq qaldılar.

İxrac-istiqamətlənmə modeli İndoneziyada, Malayziyada, Taylandda, Filippində yaxşı nəticə verdi. Onun tətbiqi Braziliya və Meksikaya «daxildən inkişaf» etməklə yüksək irəliləyişə nail olmaq kursunun müvəffəqiyyətsizliyindən sonra

böyük nəticə əldə etmək, ixracın mal strukturunu yüksəltmək tələb olunurdu.¹

İxrac strategiyasının ikinci variantı sənaye kapitalizmi əsrində yaranmışdır. Bu dövrdə milli sərhəddən çıxmaq, geniş təkrar istehsalın qanunauyğun nəticəsi və daxili bazarın həcmnin kifayət qədər olmaması ilə əlaqələndirilirdi. İxrac fəaliyyəti əsas istiqamət hesab edilsə də dövlət tərəfindən iqtisadiyyatın vəziyyətindən asılı olaraq keçid kimi baxılır. Əsas diqqət bütünlükdə milli iqtisadiyyatın qaldırılmasına, onun beynəlxalq rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilir. Ona görə də, makroiqtisadi mühitin, iqtisadi infrastrukturun müdafiəsi, ixrac bazarlarında arakəsmələrin aradan qaldırılması, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yeni perspektivli təchizat bazarlarını aşkar etmək, xırda və orta biznesdə ixrac gücünə tərəfdar olmaq və sağlam mühit yaratmaq dövlətin rolunu əks etdirir.

1993-cü ildə ABŞ-ın qəbul etdiyi «Milli ixrac strategiyası» proqramı maraq kəsb edir. Orada ixracın inkişafının və onun dəstəklənməsinin əsas istiqamətləri göstərilib. Bu, Amerika iqtisadiyyatının beynəlxalq rəqabətinin güclənməsi nöqteyi-nəzərindən perspektiv sahələrə: aerokosmik sənaye, telekommunikasiya, ətraf mühitin mühafizəsi üzrə texnologiyaların inkişafı, energetika, nəqliyyat və maliyyə xidmətləri daxildir. Beləki NİOKR-a xərclər 1998-ci ildə 230 mlrd. dollar təşkil etmişdir, onların dövlət maliyyələşmə payı 30 %-i keçmişdir. 1999-cu ildə yüksək texnologiyalı malların Amerika ixracı 181 mlrd. dollar təşkil etmişdir, yəni dəyər həcmnin 23 %-i qədər².

1990-cı illərdə ABŞ-ın ixracının artımının əsas hissəsi bazarda inkişaf etmiş və adambaşına düşən gəlirin aşağı və orta səviyyədə olan ölkələrin artması hesabına olmuşdur

¹ Вах.: Рогов В.В. Политика и практика зарубежных стран в области государственной поддержки экспорта // Внешнеэкономический бюллетень. 2002. № 1.

² Вах.: Положение в высокотехнологичных отраслях экономики США//БИКИ. 2000. № 67.13.06

(Latın Amerikası, Asiya, Yaxın və Orta Şərq, Şimali Afrika, Mərkəzi Avropa). Ona görə də, məsələnin başlıca strategiyası Amerika mallarının bazara olan yolundakı maneələri aradan qaldırmaqdan ibarətdir. İqtisadi diplomatiyanın aktivləşdirilməsindən və ölkə iqtisadiyyatının strukturunun yenidən qurulması üzrə dövlətə texniki köməklik göstərməklə, onun istiqrazlarının həcmnin genişlənməyə qədər qarşılıqlı ticarətin liberallaşdırılması haqqında razılaşmaların bağlanmasına qədər və onların idxala olan tələbinin artmasına istiqamətlənmiş müxtəlif tədbirlərdən istifadə edilmişdir.

İxracı stimullaşdırmaq və ona tərəfdar olmaq aləti kimi uzun müddət ixracın subsidiya olunması, gənc sənaye sahələrinin müdafiəsi, birbaşa xarici investisiyalar üçün strateji məqsədlərin müəyyən edilməsi və s. çıxış etmişdir. Lakin Uruqvay raundu nəticəsində və 1995-ci ildə DTT-nin müəssisələri qadağan olunmuş dərəcəyə düşdülər.

İxracı dövlət yardımı və stimullaşdırılması bu gün, ilk növbədə, ixrac yönümlü sahələrin inkişafı və müdafiəsi, ixrac məhsullarının çeşidinin genişlənməsinin stimullaşdırılması və onun rəqabət qabiliyyətinin artması hesabına həyata keçirilir. O, geniş təşkilati-iqtisadi və xüsusi tədbirlər nəzərdə tutur, bura makroiqtisadi nizamlama, ixrac-sənaye zonalarının, texnoparkların, ixrac infrastrukturunun inkişafı daxildir. İkinci yol isə, milli malların və xidmətlərin xarici bazarlara çıxışdır. Bu halda, dövlətlər xaricdə tələbatın yaranması və genişlənməsi üçün böyük təşkilati səylər göstərir. Onlar, əsasən, ixrac kreditlərinin imtiyazlı kreditləşməsi və sığortalanması kimi ixracın maliyyə dəstəyinin ənənəvi alətlərini inkişaf edirdilər.

Dövlətin ixrac sazişlərinin məbləğinin ixracın ümumi dəyərində bütün sığortalananın xüsusi çəkisi 1990-cı illərin sonlarında Yaponiyada 40 % və 20 % Fransada, 7-8 % Almaniyada, 5-6 % Kanadada və İtaliyada, 4 % Çexiyada, 2-3 % Polşada tərəddüd etmişdir. Sığortalanma səviyyəsi 80-100 %

təşkil etmişdir və az məlum olan və riskli bazarlarda konkret vəziyyətdə müəyyən edilir.

2000-ci maliyyə ilində ABŞ-ın ixrac-idxal kreditləri 1276 sığorta polisi üzrə ümumi məbləği, 3 mlrd. dollar verilmişdir, onların 90 %-dən çoxu kiçik firmalara verilmişdir. Almaniya 1990-cı illərdə dövlət sığortalanmasının ümumi həcmi ildə 30 mlrd. marka olmuşdur. Böyük Britaniyada 1996-cı ildə bu məqsədlərə xərclər 4,1 mlrd. funt sterlinq təşkil etmişdir.

1988-ci ildən 1996-cı ilə qədər dövlət sığortalanmasının ümumi həcmi 26 mlrd. dollardan 105 mlrd. dollara qədər yüksəlmişdir. Bu, dünya təsərrüfat əlaqələrinin qloballaşması prosesinin güclənməsi, beynəlxalq rəqabətin güclənməsi, mal axınlarının inkişaf etməkdə olan ölkələrin tez böyüyən, lakin az öyrənilmiş və riskli bazarlarına yönəlmişdir.

İxracı dövlət köməyi vasitələrindən biri də xarici sərgilər və yarmarkalar, seminar və konfranslardır. Məsələn, ABŞ səfirliklərinin aktiv dəstəyi ilə Amerika şirkətləri hər il 80-100 xarici sərgilərdə iştirak edirlər.

Xaricdə sərgi-yarmarka fəaliyyətinə ciddi münasibət ixracın stimullaşdırılmasının əsas elementi kimi Almaniya da önəm verilir. Mütəmadi olaraq xarici sərgilərdə bir neçə yüz dünya şöhrətli almaniya mallarının markaları təqdim olunur, müxtəlif məlumat tədbirləri, simpoziumları, Almaniya texnikası «günləri» və «həftələri» keçirilir. Sərgi-yarmarkaların iştirakçılara maliyyə və təşkilati köməyi İqtisadiyyat və Texnologiyalar Nazirliyi Almaniya iqtisadiyyatının sərgi-yarmarka komitəsi ilə birgə həyata keçirir.

Alman ekspertlərinin hesablamalarına görə, dövlətin xaricdə sərgi-yarmarka fəaliyyətini dəstəkləməsi, ixracın əlavə olaraq ildə orta hesabla 3,7 mlrd. alman markasına səbəb olmuşdur ki, bu da ən azı hər il 220 mln. alman markasında

vergilərin daxil olması deməkdir və bundan 100 mln.-nu federal büdcəyə getmişdir.¹

Malların və xidmətlərin xarici bazarlara irəliləməsində vacib rol xaricdə olan nümayəndəliklərin dövlət aparatı oynayır, o, qarşılıqlı əməkdaşlıq sahəsində konkret ticari-siyasət məsələlərini həll edir, öz ölkəsinin ixracatçıları və olduğu ölkənin firmaları arasında münaqişələri yoluna qoyur.

İxracın genişlənməsində köməkliyin göstərilməsində dövlət başçıların və digər dövlət xadimlərinin, bir qayda olaraq, ölkənin ixrac sektorunun nümayəndələrinin iştirakı ilə səfərləri oynamağa başlamışdır. Bu yönümdə Fransa prezidenti J.Şirakin bəyanatı təqdirəlayiqdir: «Nə vaxt mən xaricə yollanıram heç bir kompleks hiss etmirəm. Mən ora gəlirəm ki, Fransa mallarını satım».²

¹ Вах.: ФРГ – государственная поддержка выставочно-ярмарочной деятельности за рубежом // БИКИ. 2000. № 105.9.09.

² Вах.: Финансовые известия. 1997.11.03.

FƏSİL 7. BEYNƏLXALQ TİCARƏTİN DÖVLƏTLƏRARASI TƏNZİMLƏNMƏSİ

Beynəlxalq ticarətin yarandığı vaxtdan cəmiyyət milli istehsalın müdafiəsinin vacibliyi və öz mallarının, sərmayələrinin və xidmətlərinin xarici bazarlara girişi arasında tərəddüddür. Bunun müqabilində bir sıra ölkələrin xarici ticarət sayəsində hərkətlərinin nizama salınması məqsədi ilə beynəlxalq əməkdaşlığı vacibliyi yaranmışdır.

Hal-hazırda beynəlxalq ticarətin dövlətlərarası nizamlanmasının üç səviyyəsi mövcuddur: ikitərəfli, bölgə və qlobal.

Əvvəllər əsas yük ticarətin ikitərəfli nizamlanmasına yönəlirdi. Mal mübadiləsinə aid olan iki dövlət arasında razılaşmalar qədim zamanlardan vardır (Rim və Karfaqen arasında müqavilələr). 1743-cü ildə Rusiya İngiltərə ilə ilk ticarət müqaviləsi – «İki dövlət arasında dostluq və qarşılıqlı kommersiya haqqında traktat» imzaladı.

Bundan əlavə, gömrük rüsumlarından qarşılıqlı qəbul olunan aşağı tariflər haqqında ikitərəfli müqavilələr yayılmağa başladı. Bu cür müqavilələr tariflər adı almışdır. İlk tarif müqavilələrdən biri 1842-ci ildə Belçika ilə Fransa arasında imzalanmış «Kətan konvensiyası» olmuşdur, bu müqavilə kətan parçalar ilə ticarətdə rüsumları müəyyənləşdirirdi. Ticarət əlaqələrinin çoxtərəfli nizama salınması cəhdləri də həyata keçirilməyə çalışılırdı. Beləki 1923-cü ildə gömrük sənədləşməsinin sadələşdirilməsi haqqında, 1924-cü ildə beynəlxalq ticarət arbitrajı haqqında Konvensiya imzalanmışdır. Lakin bu cəhdlər sistem şəklində deyildi və sona qədər yerinə yetirilmirdi.

Beynəlxalq ticarət əlaqələrinin nizama salınması üçün 1920-ci ildə Brüsseldə maliyyə məsələləri və xarici ticarət üzrə konfrans, 1922-ci ildə Qenuyada Avropanın iqtisadiyyatının bərpası və proteksionizmin azaldılması üzrə konfrans, 1927-ci və 1930-cu illərdə Cenevrədə proteksionizm və gömrük tərk-

silahı üzrə konfrans, 1933-cü ildə Londonda milli valyutaların stabilləşməsi və ticarət-siyasət sahəsində məhdudiyyətlərin aradan götürülməsi üzrə konfrans keçirilmişdir. Lakin dövlətlər arasında ciddi ziddiyyətlər olduğundan, adı çəkilən konfranslar konkret razılaşmaların bağlanmasına səbəb olmamışdır.

Hazırkı vaxtda azad ticarət prinsipləri və hətta, dünyanın bütün ölkələrinin səyini tələb etməklə ikitərəfli həyata keçirilməsi mümkün olmayan müxtəlif dövlətlərin maraqlarının razılaşması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bununla əlaqədar olaraq, beynəlxalq ticarətin liberallaşdırılmasında bütün maneələri aradan qaldırmaq üçün və onun müvəffəqiyyətli inkişafını regional təşkilatlar çərçivəsində və çoxtərəfli əsasda xarici ticarət əlaqələrinin tənzimlənməsində vacib rol oynayır.

Regional səviyyədə xarici ticarət, əsasən, müxtəlif inteqrasiya qruplarının çərçivəsində nizama salınır, bu qruplar, əsasən, aşağıdakı tiplərə təmsil olunub: azad ticarət zonası, gömrük birliyi, ümumi bazar, iqtisadi ittifaqların müxtəlif formaları.

İştirakçıların bir-biri ilə əlaqədə gömrük rüsumlarının və kvotalarının aradan götürülməsi haqqında razılığa gəlmiş azad ticarət zonası konsepsiyası Avropa Azad Ticarət Assosiasiyasının (AATA), Şimali-Amerika Azad Ticarət Assosiasiyasının (NAFTA), Cənub-Şərqi Asiya Ölkələri Assosiasiyasının (ASEAN) yaranmasına səbəb olmuşdur.

Gömrük ittifaqı nəinki bir-biri ilə ticarətdə tariflərin və kvotaların ləğvini, vahid xarici gömrük tarifini, həmçinin, üçüncü ölkələrlə münasibətdə vahid xarici ticarət siyasətini nəzərdə tutur.

Gömrük ittifaqı şərtlərinə əlavə olunmuş ümumi bazar kapitalın və işçi qüvvəsinin sərbəst hərəkəti kimi başa düşülür. Ümumi bazara misal olaraq Argentinanı, Braziliyanı, Paraqvayı, Uruqvayı, həmçinin Çili və Boliviyanı assosiasiya

edilmiş üzv kimi Cənubi konus ölkələrinin ümumi bazarını (MERKOSUR) göstərmək olar.

İqtisadi ittifaq vahid gömrük tarifi qoymaq və malların, xidmətlərin, sərmayələrin və işçi qüvvəsinin azad hərəkətinə qadağa qoyulması ilə bərabər, ümumi iqtisadi siyasət və milli iqtisadi orqanların fəaliyyətini nəzərdə tutur. Nümunə kimi, ilk növbədə, Müstəqil Dövlətlər Birliyini göstərək. Regional integrasiya ən yüksək təzahürünü Avropa Birliyində (AB) almışdır. O, birlik yeganə olaraq vahid iqtisadi siyasətə, ümumi valyutaya, iştirakçı dövlətlərin xarici siyasətinin nizamlanması və razılaşdırılması yolu ilə iqtisadi, valyuta və siyasi ittifaqa nail olmuşdur. Regional birləşmələrin təsiri altında beynəlxalq, ilk növbədə, regional ticarətin, nəqliyyat və transaksiya tutumları azalır, bir neçə halda beynəlxalq qanuna zidd fəaliyyətə nəzarət edilir.

Regional birləşmələrin təsirlə beynəlxalq, ilk növbədə, regional ticarətin həcmi artır, nəqliyyat və nəqliyyat yönümlü xərclər ixtisar olunur və bir çox hallarda beynəlxalq qeyri-qanuni fəaliyyətə nəzarət güclənir. Bundan başqa, integrasiya birliklərinin, liberallaşdırma, bütün dünya ticarəti çərçivəsində qeyri-tarif məhdudiyyətlərinin aradan qaldırılmasının vahid şəkllə salınması tez həyata keçirilir. Buna qruplar səviyyəsində qəbul edilən və tez-tez pisləşmə tərəfə meyil edən və gələcəkdə liberallaşmanın əsasını təşkil edən kimi baxmaq lazımdır.

Beynəlxalq ticarətin regional problemlərinin tənzimlənməsinə, həmçinin BMT müəssisələrinin fəaliyyət sferası da daxildir. Belə müəssisələrə, ilk növbədə, regional iqtisadi komissiyalar aid edilir. Hazırda Avropa İqtisadi Komissiyası (AİK), Latın Amerikasına və Karib dənizi hövzəsi (EKLAK), Qərbi Asiya üçün iqtisadi və sosial komissiya (ESKZA), Afrika üçün iqtisadi komissiya (EKA) və digər komissiyalar fəaliyyət göstərir. Bu komissiyaların məqsədləri içərisində region səviyyəsində iqtisadi əməkdaşlığın tənzimlənməsi və istiqamətlənməsi mexanizmlərinin işlənilməsi böyük

rol oynayır. Onların fəaliyyət istiqamətlərinə regiondaxili ticarət siyasətinin aparılmasında əməkdaşlıq, məhsulların sertifikatlaşdırılması üzrə razılığa gəlmək, ticarətin genişlənməsi yolunda maneələri müzakirə etmək və onların aradan qaldırılması üsulları aiddir.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması, beynəlxalq təşkilatların formalaşmasına gətirib çıxarmışdır. Məsələn, 1961-ci ildə dörd qitəni və 30 ölkəni birləşdirən İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (İƏİT) yaradılmışdır.

Lakin əsas diqqət beynəlxalq ticarətin yayılmasında mühüm rol oynayan çoxtərəfli ticarət təşkilatlarının yaranmasına yetirilməlidir. Belə təşkilatları bir və çoxməqsədli təşkilatlara ayırmaq olar.

Birməqsədli təşkilatlar beynəlxalq ticarəti ayrı-ayrı xammalla tənzimləyir. Bunlara ilk növbədə beynəlxalq Əmtəə razılaşmalarını (BƏR) və xammallar üçün Ümumi fondu aid etmək olar. BƏR-i BMT-nin Ticarət və inkişaf Konfransının təsiri altında baş vermişdir (YUNKTAD) və bir sıra əsas xammallar üzrə hökumətlərarası çoxtərəfli müqvilələrin təqdim olunmasını əks etdirir. BƏ-in üzvləri həm müəyyən xammal növü üzrə ixracatçıları, həmçinin onun əsas istehlakçıları olan ölkələr hesab edilir. BƏR-in əsas məqsədləri: xammal istehsal və istehlak edən istehsalçıların marağının razılaşdırılması, xammala dünya qiymətinin kəskin dəyişməsinin yumşaldılması, ixraca kvotalar daxil etmək yolu ilə tələb və təklif arasında balanslaşdırılmış münasibətlərin yaradılması, malların alınması və «bifer» sistemində ehtiyatların yaradılması idxalatçıların öhdəçiliyidir. BƏR çərçivəsində Beynəlxalq ticarət təşkilatı (DTT), təbii kauçuk üzrə beynəlxalq təşkilat, hind kəndiri üzrə beynəlxalq təşkilat, tropik odun üzrə beynəlxalq təşkilat və s. fəaliyyət göstərir. Əsas xammallara bazarın dünya konyunkturasını öyrənmək (kauçuk, miss, qurğuşun, sink) və həmin malın beynəlxalq ticarətlə əlaqədar təhlili üçün icmal hazırlamaq, onların həlli

üçün məsləhətlər təşkil etmək məqsədilə Beynəlxalq tədqiqatçılar qrupu (BİQ) yaradıldı.

Xammallar üçün Ümumi fond 19 növdə xammalın dünya bazarlarının stabiləşməsinin maliyyələşməsi sistemi haqqında hökumətlərarası razılıqdır.¹ Razılaşma qüvvəyə 1989-cu ildə minib, lakin istehsalın resurs tutumunun azalması nəticəsində ümidləri doğrultmadı. 1990-cı illərin ortalarında fond çərçivəsində maliyyələşmə bloklaşdırılmışdır.

Bundan əlavə BMT-nin Qida və kənd təsərrüfatı təşkilatının (FAO) himayəsi altında 10 hökumətlərarası işçi qrupu fəaliyyət göstərir. Onların fəaliyyət sahəsi banan, sitrus bitkiləri, balıq, buğda və ətə aiddir.

Üzvləri həm ixracatçılar, həm də idxalatçılar olan təşkilatlardan savayı ticarətdə böyük rolu müəyyən növ xammallı istehsalçı və ixracatçı təşkilatlar tutur.

Onları konkret xammal bazarında qiymətləri dəstəkləyən hasilat və ixracın nizamlanması üçün yaradılır. Onlardan ən məşhuru – 1961-ci ildə yaranmış və üç qitədən 11 ölkəni birləşdirən Neft ixracatçıları ölkələri təşkilatıdır (OPEK). Bu tip təşkilatlara dəmir filizin ixracatçı ölkələrin Assosiasiyası (APEF), boksitlər üzrə beynəlxalq assosiasiya (MAB), miss ixracatçıları ölkələrinin beynəlxalq şurası (SIPEK) daxildir.

Çoxməqsədli dövlət təşkilatları arasında əsas yer Birləşmiş Millətlər Təşkilatının strukturuna daxil olan təşkilatlara məxsusdur.

BMT-nin bütün iqtisadi, sosial və mədəniyyət fəaliyyətini koordinasiya edən əsas orqan 1946-cı ildə yaradılmış İqtisadi və Sosial Şuradır (EKOSOS). Şura 54 BMT üzvü olan ölkədən ibarətdir və BMT-nin Baş Assambleyası tərəfindən üç il müddətinə seçilir. Özü də Təhlükəsizlik Şurasının beş üzvü daimidir. Məhz İqtisadi və Sosial Şura çərçivəsində BMT-nin onillik dövrlər ərzində inkişaf proqramı seçilir, həmçinin

¹ Вах.: Международные экономические отношения / Под. ред. И.П.Фаминского. М.: Экономистъ, 2004.

onların yerinə yetirilmə gedişatı izlənilir və təqdim olunur. 1990-cı illərin əvvəlindən EKOSOS keçid iqtisadiyyatına malik ölkələrə köməklik göstərilməsi üzrə işlərin koordinasiyasını həyata keçirir. Bundan əlavə, EKOSOS beş regional komissiyanın, altı funksional komissiyanın (statistik, sosial inkişaf və s.), BMT-nin 11 daimi komitəsinin və komissiyasının işini koordinasiya edir.

Beynəlxalq ticarəti rəqlamentləşdirən təşkilatlar arasında xüsusi yeri 1964-cü ildə BMT-nin Baş Assambleyası tərəfindən təsis edilmiş BMT-nin ticarət və inkişaf üzrə Konfransı tutur (YUNKTAD). Burada 192 BMT üzvü, 104 hökumətlər arasında komissiya iştirak edir, 163 qeyri-hökumət təşkilatı Konfransda müşahidəçi qismində təmsil olunur.

Konfransın əsas vəzifələri aşağıdakılardır: xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqtisadiyyatı sürətlə inkişaf etdirməklə beynəlxalq ticarətin inkişafına köməklik göstərmək, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin inkişafı məsələləri üzrə təkliflər işləyib hazırlamaq, hökumətin və regional iqtisadi qrupların ticarətdə və onunla əlaqəli olan iqtisadi inkişaf aspektlərində dövlətin siyasətini istiqamətləndirmək və s. YUNKTAD və onun orqanları razılaşdırılmış formada bəyannamə və qərarlar qəbul edir. Onlar məsləhət xarakteri daşıyır, lakin dövlətlər arasında bərabər qaydada əməkdaşlıq yaratmaq yolu ilə beynəlxalq ticarətə müəyyən təsir göstərir. Strateji fəaliyyət istiqamətini işləyib hazırlamaq və üstünlük üçün işdə dörd ildə bir dəfə onun ali orqanı olan YUNKTAD-ın sessiyası çağrılır. İldə iki dəfə cari fəaliyyətə rəhbərlik edən icraedici orqanın ticarət və inkişaf üzrə Şurası yığılır.

YUNKTAD-ın əsas köməkçi komitələri bunlardır: xammal üzrə, sənaye malları üzrə, dəniz daşımaları üzrə, ticarətlə bağlı görünməyən məqalələr və maliyyələşdirmə üzrə, texnologiyanın verilməsi üzrə, inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında əməkdaşlığa görə komitələr.

YUNKTAD universal xarakterli beynəlxalq təşkilatlara aiddir. Onun fəaliyyətində regiondan, iqtisadi inkişaf səviyyəsindən, sosial-iqtisadi quruluşdan, siyasi rejimdən asılı olmayaraq ölkələr daxildir. Onların hamısı sosial-iqtisadi və coğrafi əlamətə görə dörd qrupa bölünüb:

- afro-asiya ölkələri;
- bazar iqtisadiyyatı ilə inkişaf etmiş ölkələr;
- L atın Amerikası ölkələri;
- Şərqi Avropa ölkələri.

1966-cı ildən etibarən BMT çərçivəsində beynəlxalq ticarətin hüququ üzrə Komissiya fəaliyyət göstərir (YUNSIATRAL). Öz fəaliyyəti ərzində Komissiya bir sıra vacib praktiki sənəd hazırlamışdır: malların beynəlxalq alqı-satqısında tələbin ötməsi haqqında konvensiya, malların beynəlxalq alqı-satqısı üzrə müqaviəllərin Konvensiyasının, Beynəlxalq ötürmə veksəlləri və beynəlxalq adi veksəllər haqqında Konvensiyanı qəbul etmişdir.

Gömrük qaydalarını eyni formaya salmaq, gömrük sərhədindən malların və fiziki şəxslərin keçməsinə asanlaşdırmaq, gömrük fiskal funksiyasını və nəzarətin təmin edilməsini 1950-ci ildən Gömrük Əməkdaşlığı İttifaqı (GƏİ) məşğul olur ki, bu da 1995-ci ildən Beynəlxalq Gömrük Təşkilatı adlandırılmışdır. Buraya Rusiya daxil olmaqla, bütün MDB-nin üzvləri və 139 dövlət daxildir.

Beynəlxalq Gömrük Təşkilatının və onun baş katibinin dövləti üzrə onun üzvü olmayan dövlətlər və beynəlxalq təşkilatların nümayəndələri müşayiətçi kimi dövlət olunur. Beynəlxalq Gömrük Təşkilatı 18 beynəlxalq gömrük bəyannaməsi, 46 təlimat, 11 norma, o cümlədən ATA karneti haqqında (fransız və ingiliscə söz birləşmələrini müvəqqəti gətirmək üçün abbreviaturasını), yəni malların müvəqqəti gətirilməsi haqqında Bəyannamə işləyib hazırlamış və qəbul etmişdir. Müvəqqəti gətirilmə haqqında Bəyannamə, gömrük tariflərində malların təsnifləşdirilməsinin nomenklaturası

haqqında Bəyannamə, gömrük əməliyyatlarının ixtisar edilməsi və harmoniya edilməsi haqqında Bəyannamə (Kvota bəyannaməsi), həmçinin malların harmoniya sistemini tərtib etmək və kodlaşdırmaq və s. malların müvəqqəti gətirilməsi üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Rusiya Federasiyasının hökuməti Rusiya qanunlarının beynəlxalq gömrük qaydalarına uyğun olması üzrə aktiv iş aparır. Artıq bu problemlər, o cümlədən «Gömrük tarifi haqqında» (tarif kvotalarını müəyyən etmək) Federal qanunda dəyişikliklər edilmiş və edilməkdədir. Kvota bəyannaməsinin baxılmış redaksiyasına Rusiyanın birləşməsi üçün hazırlıq qaydalarına başlanmışdır. Rusiya Federasiyasının mallarla ticarətdə formallığı sadələşdirmək haqqında 1987-ci il Bəyannaməsinə və 1987-ci il ümumi tranzit qaydaları haqqında Bəyannaməyə qoşulmaq imkanları məsələsinə baxmaq planlaşdırılır.

Beynəlxalq ticarətin yayılmasında 1920-ci ildə yaradılan və hazırda 6 mindən çox şirkəti (o cümlədən 17-si Rusiyanındır); 1,5 min milli sahibkar ittifaqını 110 müxtəlif və inkişaf etməkdə olan ölkələri özündə birləşdirən Beynəlxalq ticarət palatası (BTP) böyük və əhəmiyyətli rol oynamışdır. BTP beş əsas departamentdən Beynəlxalq arbitraj məhkəmə-sindən, Ticarət palatası üzrə beynəlxalq bürodan, Biznes sferasında hüquq və təcrübə institutu, iqtisadi cinayətkarlığa qarşı mübarizə üzrə BTP xidməti, Ətraf mühit məsələləri üzrə Ümumdünya şurasından təşkil edilmişdir. Onun əsas vəzifəsinə xüsusi sahibkarlıq sistemini, həmçinin beynəlxalq ticarətin liberallaşdırılması yolu ilə sahibkarlığın inkişafına köməklik göstərmək daxildir. 1993-cü ildə RF-nin Ticarət-sənaye palatası BTP-yə qəbul etmişdir.

Dünya ticarətini rəqləmətləşdirən beynəlxalq təşkilatların çoxsaylı olduğuna baxmayaraq, onun nizama salınmasında və maneələrin aradan qaldırılmasında əsas rolu Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) – tariflər və ticarət haqqında Baş razılaşmanın (TTBR) 1995-ci ildən hüququ varisi rolunu oynayır.

TTBR/ÜTT beynəlxalq ticarətin çoxtərəfli nizamlanmasının əsas aləti kimi

İkinci Dünya müharibəsi nəticəsində güclənmiş Böyük depressiya zamanı beynəlxalq ticarətin tənəzzülündən sonra beynəlxalq ticarətin çoxtərəfli nizama salınması məqsədyönlü hal almışdır. Hələ 1944-cü ildə Bretton-Vuds konfransında beynəlxalq ticarət məsələləri ilə məşğul olan təşkilat yaratmaq qərara alınmışdır. Lakin o vaxt bu ideyaya lazımı diqqət yetirilmədi. 1945-ci ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatının təsis edilməsi bir sıra beynəlxalq təşkilatların yaranmasına səbəb olmuşdur. 1946-cı ildə BMT-nin İqtisadi və Sosial Şurasının ilk iclasında Beynəlxalq Ticarət Təşkilatının (DTT) nizamnaməsinin hazırlanması üzrə konfransın çağırılması haqqında qərar çıxarıldı, sonrakı il isə Cenevrədə onun ilk iclası keçirildi. Gündəliyə üç məsələ daxil idi: DTT nizamnaməsinin hazırlanması, rüsumların çoxtərəfli razılaşdırılması haqqında ümumi razılığın əldə olunması üzrə danışıqlar, gömrük tədbirləri sahəsində öhdəliklər haqqında ümumi müddəaların möhkəmləndirilməsi. DTT nizamnaməsinin hazırlanmasını 1947-ci ilin noyabr ayından 1948-ci ilin mart ayına qədər Havanada keçirilən konfrans sona çatdırdı. «Bir dövlət, bir səs» Avropa yanaşmasına rəğmən, ABŞ ölçülmüş səsvermə lehinə idi, bu zaman səslərin sayı onun dünya ticarətindəki payına müqabil olacaqdır. Nəticədə Konqres Nizamnaməni qəbul etməkdən imtina etdi (1950). Eyni zamanda, artıq Nizamnamə üzərində iş gedəndə 23 ölkə (Avstraliya, Belçika, Braziliya, Birma, Kanada, Seylon, Çili, Çin, Kuba, Çexoslovakiya, Fransa, Hindistan, Livan, Lyuksemburq, Hollandiya, Yeni Zelandiya, Norveç, Pakistan, Cənub Rodeziya, Suriya, CAR, Böyük Britaniya və ABŞ)¹ beynəlxalq ticarətin inkişafına əngəl törədən gömrük tariflərinin aşağı salınması haqqında danışıqlara başladılar. Danışıqların nəticəsi dünya

¹ Çin, Livan və Suriya sonradan Sazişdən çıxmışdır

ticarətinin 20 %-ni əhatə edən 45 min tarif güzəştləri olmuşdur. Bu tarif güzəştləri və dünya ticarəti qaydaları qanunu Tarif və ticarət haqqında Baş razılaşma (TTBR) adı almışdır, onu 1 yanvar 1948-ci ildə səkkiz ölkə tətbiq etməkdə 1948-ci ilin iyul ayında digər dövlətlər də Razılaşmanı imzaladılar. ABŞ-ın DTT nizamnaməsinin qəbulundan imtinasından sonra TTBR beynəlxalq ticarəti nizamlayan, daima fəaliyyət göstərən çoxtərəfli mexanizm olmuşdur. Lakin TTBR təşkilati əsasnamələrin olmaması və DTT yaranmaması faktı ona gətirib çıxartdı ki, TTBR çərçivəsində çoxtərəfli həllər yalnız birgə razılaşan ölkələr arasında qəbul olunurdu.

Getdikcə TTBR-in rolu dəyişirdi, beləki ölkələr ona beynəlxalq ticarətdə artan problemlərin həlli forumu kimi baxırdılar. TTBR-in fəaliyyət müddəti ərzində ona birləşən ölkələrin sayı 123-ə qədər artdı. Razılaşmanın əsas mətni onun hüquqi tətbiqinin bütün 47 ili ərzində dəyişməz qalmışdır, ondan sonra ÜTT sənədlərini sona qədər dəyişmədilər.

1947-ci ildən keçən müddətdə TTBR çərçivələrində çoxtərəfli müqavilələrin səkkiz iri raundu mövcud olmuşdur (cədvəl 9).

Cədvəl 9

TTBR çərçivəsində danışıqların raundları

İllər	Keçirilmə yeri	Müzakirə olunan məsələlər	İştirakçı dövlətlərin sayı
1947	Cenevrə (İsveçrə)	Gömrük tariflərinin aşağı salınması	23
1949	Anessi (Fransa)	Gömrük tariflərinin aşağı salınması	13
1951	Torki (Böyük Britaniya)	Gömrük tariflərinin aşağı salınması	38
1956	Cenevrə (İsveçrə)	Gömrük tariflərinin aşağı salınması	26
1960-1961	Cenevrə (İsveçrə) (Dillion raundu)	Gömrük tariflərinin aşağı salınması	26
1964-1967	Cenevrə (İsveçrə) (Kennedi raundu)	Gömrük tariflərinin aşağı salınması, antidempinq tədbirləri	62
1973-1979	Tokio (Yaponiya)	Gömrük tariflərinin aşağı	

	(Tokio raundu) Danışqlar Cenevrədə keçirilirdi	salınması, antidempinq məcəlləsinin hazırlanması, çərçivə razılaşmaları	102
1986-1994	Punto-del-Este (Uruqvay) (Uruqvay raundu) Danışqlar Cenevrədə keçirilirdi	Gömrük tariflərinin aşağı salınması, xidmətlə ticarət üzrə Baş razılaşmanın hazırlanması, əqli mülkiyyət, tekstil və geyim, kənd təsərrüfatı, TTBR mexanizminin təkmilləşməsi, ÜTT yaRadılması haqqında razılaşma	123

İlk raundlar gömrük tariflərinin aşağı salınmasına yönəldilmişdir. Kennedi raundu gömrük tariflərinin aşağı salınmasından əlavə, antidempinq razılaşması ilə sona çatdı. Tokio raundu ərzində tariflərin aşağı salınması daha da mürəkkəb formul üzrə keçirdi və onların harmonizasiya ilə müşayiət olunurdu. Bundan əlavə, beynəlxalq ticarətin nizama salınması sisteminə qeyri-tarif tədbirləri və «çərçivə» müqavilələri əlavə olundu.

TTBR çərçivəsində sonuncu Uruqvay raundu nəticəsində əldə olunmuş razılıqların yekun paketi 19 razılaşma, 27 qərar, 7 qarşılıqlı anlaşma, ümumi həcmi 500 səhifəyə yaxın olan 3 deklarasiya olmuşdur.

Uruqvay raundunun əsas sənədləri: 1944-cü ildə tarif və ticarət haqqında Baş razılaşma (TTBR-94), kənd təsərrüfatı üzrə razılaşma, sanitariya və fitosanitar tədbirlərin tətbiq edilməsi üzrə razılaşma, tekstil məmulatları və geyim üzrə razılaşma, ticarətdə texniki sədlər haqqında razılaşma və s. daxildir. Bundan əlavə, xidmətlə ticarət üzrə Baş razılaşma (XTBR), yəni çoxtərəfli nizamasalınma ilk dəfə xidmət sahəsinə yayılmışdır, Əqli mülkiyyət hüquqlarının ticarət aspektləri üzrə razılaşma (TRİPS), investisiya tədbirlərinin ticarət aspektləri üzrə razılaşma (TRİMS) və s. qəbul olunmuşdur.

Bu yeni razılaşmalar paketi Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (ÜTT) təşkilati-hüquqi bazası olmuşdur və Uruqvay raundunun əsas nəticələrindən biridir.

Beləliklə, müvəqqəti razılıq kimi yaranmış TTBR nəinki daima inkişaf edərək 47 il mövcud oldu, həmçinin, dünya ticarətinin keyfiyyət və sabit dəyişməsinə səbəb oldu.

Onun fəaliyyəti ərzində gömrük tariflərinin orta səviyyəsi 43-48 %-dən 4-6 %-ə enmişdir, dünya ticarətinin həcmi 14 dəfədən çox artmışdır. TTBR-in imzalanmasından sonra beynəlxalq ticarətin orta illik inkişaf tempi, 1950-1960-cı illərdə 8 % təşkil etmişdir. Öminliklə demək olar ki, XX əsrin ikinci yarısında dünya ticarətinin bu cür inkişafı ilk növbədə TTBR-in danışıqlar prosesi çərçivəsində xarici ticarət tariflərinin aşağı salınması hesabına əldə olunmuşdur.

TTBR-ə yeni üzvlərin daima birləşməsi göstərir ki, bütün çətinliklərə və problemlərə baxmayaraq, beynəlxalq ticarətin nizamlanmasının çoxtərəfli sistemi qlobal rəqabətin, hətta zəif iştirakçılar üçün də üstünlük təşkil edir. Bununla bərabər, dünya ticarətinin liberallaşma prosesi çox mürəkkəb şəkildə keçirdi. Ölkələr arasında olan narazılıqların böyüməsi haqqında raundların keçirilməsi müddətlərinin çoxalması bunu sübut edir. Əgər, ilk dörd raund bir ildə keçirilirdisə, Kennedi raundu 3 il, Tokio və Uruqvay raundları isə 6-7 il davam etmişdir.

Problemlərin kəskinliyi dövlətlərin daha tez reaksiyasına səbəb olmuşdur. Nəticədə Tokio raundu ərzində qeyd olunan tendensiya yaranmışdır ki, ümuməhatəli danışıqlardan separat danışıqlara keçid baş vermişdir. Bir çox problemləri TTBR çərçivəsində həll etmək mümkün deyildi, beləki o, heç ümumqəbul olunmuş mənada təşkilat deyildi, sadəcə müxtəlif səviyyəli razılıqlar paketi idi.

Beləliklə, TTBR imkanları 1990-cı illərdə tükənmək üzrə idi. 1994-cü ildə TTBR iştirakçı ölkələrinin ticarət nazirləri 1995-ci ilin yanvar ayının 1-dən Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (ÜTT) yaradılması haqqında razılaşma imzaladılar. Bu razılığın bağlandığı yerin adı ilə Mərakeş razılaşması adlandırırlar. TTBR hələ 1995-ci ilin sonuna qədər hüquqi qüvvəsini saxlamışdır, bu da ÜTT-nin təsis edilməsi haqqında

razılığı nizamlayan üzvlərə prosedurların yerinə yetirilməsi və danışıqların aparılması üçün vaxt vermişdir.

ÜTT heç də TTBR-i rədd etmirdi, onu əvəz edirdi və genişləndirirdi. O, Mərakeş razılaşmasının özəyi oldu və ÜTT bir çox razılaşmaları və təşkilati mexanizmi qurulan özünə-məxsus model olmuşdur. Lakin, bununla belə, ÜTT TTBR-dən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

1. İlk növbədə beynəlxalq ticarətin ÜTT çərçivəsində nizamlanması, TTBR nizamlanmasına nisbətən daha universal xarakter daşıyır, beləki TTBR-ə çoxlu sayda separat müqavilələr daxil idi. ÜTT vacib razılaşmaların siyahısını əhəmiyyətli dərəcədə əlavə etdi və bu yolla dünya ticarəti qaydalarının unifikasiyasına böyük addım atmış oldu.

2. Beynəlxalq ticarətin ÜTT çərçivəsində nizamlanma sahəsi TTBR-dəkindən əhəmiyyətli dərəcədə genişdir. ÜTT, həmçinin, xidmətlərlə ticarəti və ticarətlə bağlı əqli mülkiyyət aspektlərini nizama salır.

3. ÜTT tam beynəlxalq təşkilat statusu almışdır. Dolayısı ilə olsa da, Birləşmiş Millətlər Təşkilatı sisteminə birləşən TTBR-dən fərqli olaraq ÜTT tamamilə BMT çərçivəsindən kənara çıxarılıb.

4. Bundan əlavə, tariflər və ticarət haqqında Baş razılaşma məhz razılaşma, norma və qaydalar məcmusudur və heç bir daimi təşkilat əsas nəzərdə tutmurdu. Onun fəaliyyəti kiçik Katibliklə təmin olunurdu. ÜTT isə sözün əsl mənasında təşkilatdır. Onun daimi və mükəmməl aparatı var, qərarların qəbulu və onların təşkilat üzvləri ilə yerinə yetirilməsi prosedurlarının təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədar daha çox səlahiyyətə malikdir.

ÜTT-nin ali orqanı dövlət və üzvləri birləşdirən Nazirlərin konfransıdır. Onlar iki ildə bir dəfədən az olmayaraq yığılaraq ÜTT-nin səlahiyyətinə daxil olan məsələləri həll etməyə vəkil edilir. Qərarlar konsensus əsasında qəbul edilir. Konsensusun mümkün olmadığı halda səsvermə keçirilir (səsçoxluğu ilə «bir səs – bir ölkə» prinsipi əsasında qərar

qəbul edilir). ÜTT-nin ilk Nazirlər konfransı 1996-cı ilin dekabrında Sinqapurda keçirilmişdir. Bu konfransda təşkilatın başlıca istiqamətləri, təşkilatın fəaliyyət miqyası və XXI əsrdə beynəlxalq ticarətin perspektiv tənzimlənməsi müəyyən edilmişdir. Bundan başqa, bu konfransda informasiya texnologiyası sahəsində (İTA) ticarətin liberallaşdırılması üzrə razılaşmaların qəbul edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sonradan daha dörd Konfrans keçirilmişdir. Növbəti – altıncı 2005-ci ilin dekabr ayında Qonkonq şəhərində olmuşdur. Konfranslar arasında onun funksiyasını Baş Şura yerinə yetirmişdir ki, bu da cari və prosedur sualları həll etmək üçün imkan daxilində ildə 8-10 dəfə yığılır. Nazirlərin konfransı (və ya Baş şura) ÜTT baş direktorunu təyin edir. 2005-ci il sentyabr ayının birində bu vəzifəyə Aİ-da keçmiş ticarət komissarı fransız R.Lami seçilmişdir. Baş Şura, bilavasitə, mallarla ticarət üzrə şuranın fəaliyyətinə, xidmətlə ticarət üzrə şuraya, ticarət aspektləri və intellektual mülkiyyət üzrə şuraya rəhbərlik edir. Bundan başqa, o, mübahisələrin tənzimlənməsi, ticarət üzrə orqanlara inzibatçılıq edir. ÜTT-yə tərkibində eyni zamanda bir sıra komitələr fəaliyyət göstərir (şəkil 8). ÜTT-nin katibliyi Cenevrədə yerləşir və ona Baş direktor rəhbərlik edir. 2005-ci ildə ÜTT-nin büdcəsi 169 mln. isveçrə frankı (təqribən 130 mln. ABŞ dolları) olmuş və bununla hər bir üzv ölkənin qoyduğu vəsait onun dünya ticarəti döviyyəsinə payı ilə hesablanır.

Hazırda 148 dövlət və dünyanın gömrük sahəsi ÜTT-nin üzvüdür. MDB ölkələrindən ÜTT-na Gürcüstan, Qırğızıstan, Moldova, Ermənistan artıq üzv olmuşlar.

30-dan artıq ölkə ÜTT yanında müşahidəçidir, onların hamısı (Vatikan istisna olmaqla) müşahidəçi statusu aldıqdan sonra beş il müddətinə birləşmə haqqında müqavilələrə başlamalıdır. Onlardan çoxu artıq ÜTT-yə birləşmək haqqında danışıqlar aparır.

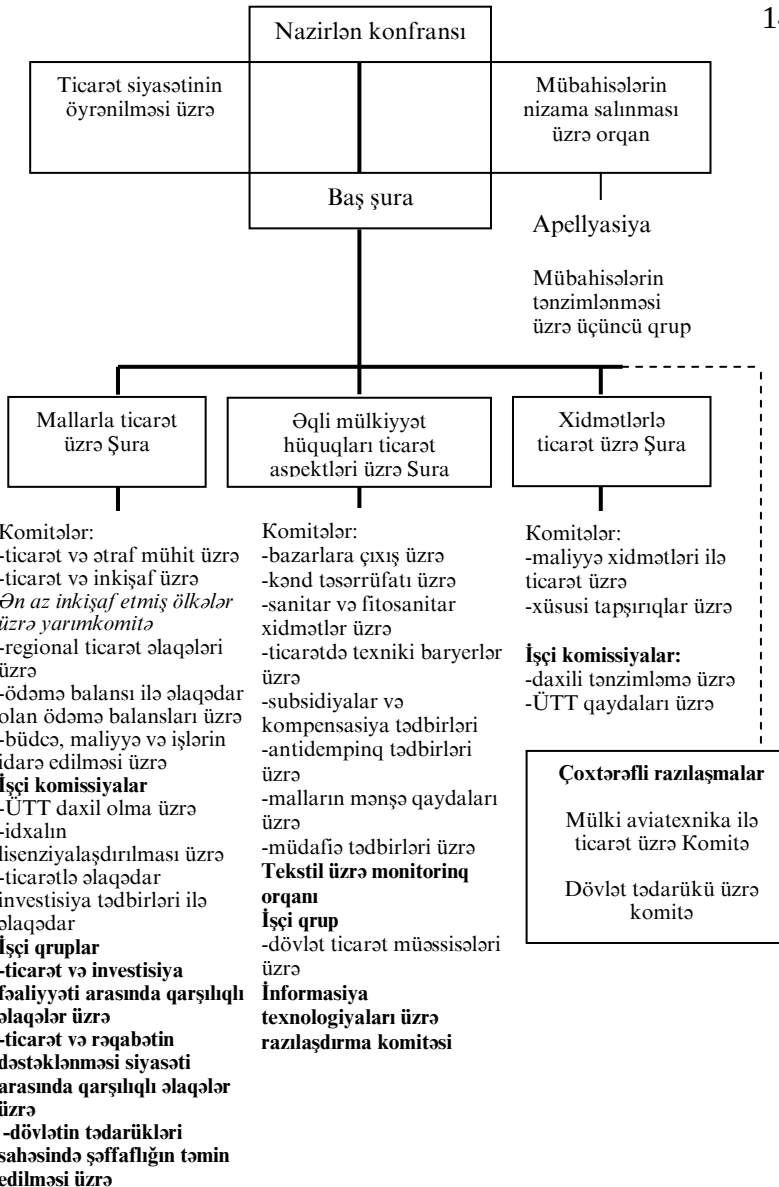
Bundan əlavə, 60-dan çox beynəlxalq təşkilat, o cümlədən BMT, YUNKTAD, BVF, FAO, VOİS, OESR, ÜTT-nin müxtəlif strukturlarında müşahidəçi statusuna malikdir.

ÜTT qayda və razılıqları hal-hazırda dünya ticarətinin 97 %-ni nizamlayır.¹

ÜTT-nin məqsədi – dünya ticarətinin hərtərəfli liberallaşmasıdır. Mərakeş razılaşması ilə müəyyən olunan ÜTT-nin əsas funksiyaları:

- Uruqvay raundunun razılaşmalarının məqsədlərinin həyata keçirilməsi, istifadəsi və reallaşması üçün köməklik;
- Çoxtərəfli ticarət əlaqələrinə toxunan məsələlər üzrə üzvlər arasında danışıqlar üçün forumun yaradılması;
- ticarət mübahisələrinin həlli mexanizminin yaradılması, üzv ölkələrin ticarət siyasətinin nəzərdən keçirilməsi;
- qlobal iqtisadi siyasətin keçirilməsi zamanı böyük razılaşmanın əldə edilməsi məqsədi ilə digər beynəlxalq təşkilatlarla əlaqə.

¹ Вак.: Соглашение об учреждении Всемирной торговой организации



Şəkil 8. ÜTT-nin təşkilat quruluşu¹

¹ Mənbə: www.wto.org.

ÜTT ona daxil olan ölkələrin çoxtərəfli ticarət razılaşmalarının paketinin yerinə yetirilməsinə nəzarət edir və 1994-cü il redaksiyasında TTBR, XTBR, TRİMS və TRİPS, həmçinin, Uruqvay raundu nəticəsində imzalanmış 60-a yaxın razılaşma əsasında ticarət münasibətlərini nizamlayır (cədvəl 10).

Cədvəl 10**ÜTT razılaşmalarının ümumi strukturu**

Mallar	Xidmətlər	Əqli mülkiyyət
Əsas prinsiplər		
TTBR	XTBR	TRİPS
Əlavə razılaşmalar	Əlavələr	
-kənd təsərrüfatı üzrə -sanitar və fitosanitar tədbirlərin tətbiqi üzrə -tekstil və geyim üzrə -ticarətdə texniki sənədlər üzrə -ticarətə əlaqədar investisiya tədbirləri üzrə -TTBR-in 1994-cü il VI maddəsinin tətbiqi üzrə TTBR-in 1994-cü il VII maddəsinin tətbiqi üzrə -yükləmədən əvvəl inspeksiya üzrə -mənşə qaydalarına görə -idxal lisenziyalasdırılması qaydalarına görə -subsidiyalar və kompensasiya tədbirləri üzrə -xüsusi müdafiə tədbirləri	-razılaşma əsasında xidmət təqdim edən fiziki şəxslərin yerdəyişməsi haqqında - hava daşımaları xidmətləri haqqında -maliyyə xidmətləri haqqında -dəniz daşımaları xidmətləri üzrə danışıqlar haqqında -baza telekommunikasiyaları üzrə danışıqlar haqqında	
ÜTT üzv dövlətlərinin öhdəliklərinin siyahısı		
Güzaşt siyahısı (RNB, Preferensial rejim, qeyri-tarif tədbirləri, kənd təsərrüfatına daxili köməklik və ixrac subsidiyaları)	Xüsusi öhdəliklər siyahısı (Bazarlara giriş və milli rejim) II maddədən istisnalar siyahısı (RNB-dən istisna)	

M ə n b ə: Бачетта М. Введение в ВТО // Учебные материалы обучающего курса «Торговая политика и вступление в ВТО в целях экономического развития России и стран СНГ». М.: Всемирный банк, 2005.

Təşkilat üzvlərinin maddi hüquqi və öhdəçiliyi Mərakeş razılaşmasının dörd əlavəsinə salınmışdır. Əlavə 1 üç hissədən ibarətdir ki, bu da mallarla, xidmətlərlə intellektual hüquqi aspektləri əhatə edir. Əlavə 2 mübahisələri tənzimləməyə icazə verilmiş qayda və əməliyyatlar haqqında razılaşmanı əks

etdirir. Əlavə 3 ticarət siyasətinin icmal mexanizminə aiddir, əlavə 4 isə çoxsahəli ticarət münasibətləridir.

Öz müxtəlifliyinə baxmayaraq, ÜTT-nin bütün sənədləri bir sıra hakim prinsiplərin reallaşmasına yönəlibdir:¹

- *bazarlara genişlənən daxilolma* Prinsipi – birbaşa olaraq ÜTT mövcudluğunun əsas məqsədindən irəli gəlir. Bu və ya digər səviyyədə onun reallaşmasına ÜTT bütün digər prinsipləri yönəltdir. İdxala kəmiyyət məhdudiyyətləri ölkənin ticarət balansının pis saldosu nəticəsində istisna kimi tətbiq edilə bilər. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün daha çevik qaydalar tətbiq edilir;

- *diskriminasiya olunmama* Prinsipi bütün ÜTT iştirakçıları üçün maksimal bərabər şəraitin yaradılması vacibliyindən irəli gəlir;

- *ən əlverişli olma rejimi* (ƏƏR) istənilən üçüncü ölkəyə təqdim olunan istənilən güzəştlərin ÜTT ölkələri üçün tətbiq edilməsini nəzərdə tutur. ƏƏR həm idxala, həm də ixraca tətbiq edilir. Bu yolla ÜTT üzvlərinə hər hansı bir dövlətin ticarətdiskriminasiyasını aparmağa icazə verilmir, yəni ölkə bütün ÜTT iştirakçı dövlətlərinə eyni şəraitlər təmin etməlidir. İstisnalar yalnız gömrük ittifaqlarının və azad ticarət zonalarının yaradılması zamanı yol verilir. Həmçinin ƏƏR pozulması kimi, dünya birliyinin iqtisadi sanksiyalar tətbiq etdiyi ölkələrə qarşı qəbul olunan sanksiyaları saymaq olar;

- *milli rejim prinsipi* – bu prinsip daxili və xarici bazar arasında, milli və xarici mallar, xidmətlər, kapitallar, şəxslər arasında hüquq bərabərliyinin aradan qaldırılmasına istiqamətlənmişdir. Milli xarici ticarət qaydalarında göstərildiyi kimi, idxal olunan malların milli bazara daxilolma əməliyyatları başa çatdırdan sonra daxili bazarda yerli mal istehsalçılarına münasibətdə əlverişli rejimin tətbiq edilməsi bu prinsipin mahiyyətini və məzmununu əks etdirir. Bu prinsipin

¹ Вах.: Ремчуков В.В. Россия и ВТО. Правда и вымыслы. М.: Международные отношения, 2002.

məqsədi daxili vergilər, satış qaydaları və s. hesabına proteksionizm tədbirlərindən istifadə etməklə xarici mal və xidmətlərin bərabərsizliklərini aradan qaldırmaqdır;

- *transparent (şəffaflıq) prinsipi*. Bu prinsipə görə, xarici iqtisadi əməliyyatların şərtlərinə təsir edən və bunun hesabına həmin bazarda mal və xidmət göndərənlərin marağına toxunan dövlət siyasəti və təsərrüfat fəaliyyəti normaları ilə əlaqədar bütün tədbirlər aydın, eyni mənalı, əlverişli, başqa sözlə onların tətbiqinə qədər açıq edilməlidir. Hüquqi mənada bu prinsiplərin təsiri ilə xarici ticarət tənzimlənməsi sertifikatlaşdırma, texniki tələblər, dövlət alışı, istehsalı və ixraca yardım göstərmək, lisenziyalaşdırma, müdafiə, antidempinq və kompensasiya tədbirləri, bütünlüklə gömrük əməliyyatlarını və gömrük qiymətləndirmə metodlarını, intellektual mülkiyyətin müdafiəsi məsələləri, investisiya siyasətinin ticarət aspektləri və bir çoxları belə sferalara düşür;

- *qarşılıqlı olma prinsipi*. ÜTT-nin üzvü olan hər hansı bir dövlət ÜTT-nin digər üzvünə güzəştə getmək üçün qarşılıqlı güzəştə getməyə (o cümlədən xidmət edilən sferadan kənar) hazır olmalıdır.

Hazırkı vaxtda ÜTT-nin birinci dərəcəli vəzifəsi çoxtərəfli ticarət danışıqlarında çoxillik raundları başa çatdırmaqdır. Bu raundun keçirilməsi haqqında qərar 2001-ci ilin noyabr ayında Doxa şəhərində (Qətər) dördüncü Nazirlər konfransında qəbul edilmişdir. «Doxun inkişaf etdirilməsi gündəliyi» proqramının təsdiqinə uyğun olaraq, intellektual mülkiyyətin və antidempinq əməliyyat qaydaları, kənd təsərrüfatı subsidiyalarının aşağı salınmasının perspektivdə onların tam ləğv edilməsinin müzakirəsi, xaricilərə və yerli sahibkarlara antitrestov qanunçuluğunun bərabər tətbiqi zamanətinə baxılması, dövlət alışı sferasında transparent haqqında məsələlərin həll edilməsi, ÜTT qaydaları və ətraf mühitin mühafizəsi üzrə çoxtərəfli razılaşmalar arasında qarşılıqlı əlaqələrin öyrənilməsi, ekoloji xarakterli mal və xidmətlərə tariflərin aşağı salınması, mübahisələrin həll olunması

qaydalarının səmərəliliyinin yüksəldilməsi ÜTT çərçivəsində borcluluq problemlərinin həll edilməsinə imkan verən tədbirlərin işlənilib hazırlanması üçün dünya ticarəti ilə dövlət borcları əlaqəsinin öyrənilməsi, nisbətən az inkişaf etmiş ölkədən gətirilən mallara kvotalar danışıqların əsas predmeti olmuşdur.

Qətər Nazirlər konfransı Doxa-raund çoxtərəfli ticarət danışıqları 2005-ci il yanvarın birindən gec olmayaraq başa çatmalıdır. Lakin Kankunda (Meksika) beşinci Nazirlər konfransında aydın oldu ki, 2001-ci ilin noyabr ayında Doxada qəbul edilmiş İşçi proqramının həyata keçirilməsi yerinə yetirilmir. Müxtəlif dövlət qrupları arasında dərin fikir ayrılığı, hər şeydən əvvəl, kənd təsərrüfatı problemləri üzrə, necə deyirlər, «Sinqapur məsələləri»ndə deyildiyi kimi (rəqabət qaydaları, investisiyalaşdırma, hökumət alışıının transparentliyi, ticarətin sadələşdirilməsi) konfrans nəticəsiz qurtarmışdır. Lakin 2004-cü ilin iyununda Cenevrə şəhərində ÜTT-nin üzvləri arasında Doxa-raund danışıqlarının davam etdirilməsi haqqında pəncərə razılaşma danışıqları əldə edilmişdir. O, faktları əsas hesab etmək lazımdır ki, Ümumdünya bankının hesablamalarına görə, «Doxun inkişaf gündəliyi» prinsiplərinin maksimum həyata keçirilməsi (ixrac subsidiyalarının ləğv edilməsi, daxili subsidiyaların ləğv edilməsi, daxili subsidiyaların və tariflərin) müəyyən dərəcədə ixtisar edilməsi 2015-ci ildə dünya ticarətinin təqribən 33 % (94,7 mlrd. doll.), liberallaşdırılması, həmçinin kənd təsərrüfatının liberallaşdırılması 70 %-dən çox artım verə bilər.¹

¹ Bax.: Anderson K., Martin W. and Mensbrugghe D. dan. der. Market and Welfare Implications of Doha Reform Scenarijus. Washington. DC. The World Bank. 2005

Rusiyanın ticarət siyasəti və ÜTT-yə daxil olma¹

Tariflər və ticarət haqqında baş razılaşmanın hələ o vaxt SSRİ-nin iqtisadi siyasəti ilə yaxınlaşma cəhdləri 1982-ci ildə baş vermişdir. Yalnız 1990-cı ilin may ayında SSRİ TTBR-də müşahidəçi statusu almışdır (1992-ci ildə bu status Rusiyaya keçmişdir). 1993-cü ildə Rusiya Razılaşmaya qoşulmaq barədə rəsmi ərizə ilə müraciət etdi. Bununla əlaqədar işçi qrup (İQ) yaradıldı.

Rusiyanın birləşməsi haqqında danışıqlar prosesi 1995-ci ildə başlamışdır. Müasir mərhələdə İQ tərkibində 58 üzv ölkə daxildir (AB-25-i bir ölkə kimi). İşçi qrupun sədri 2003-cü ilin dekabrından İslandiyanın ÜTT-dəki daimi nümayəndəsi S.Yoxannesondur. Tarif məsələləri üzrə danışıqlara bu və digər səviyyədə 50 ÜTT üzvü daxildir. Bu danışıqların nəticəsində onların başa çatması haqqında müvafiq ikitərəfli müqavilələr imzalanmalıdır.

Ümumiyyətlə, danışıqlar dörd istiqamət üzrə aparılır:

1. Tarif məsələləri üzrə danışıqlar. Məqsəd xarici iqtisadi fəaliyyətin bütün mal nomenklaturası (XİF MN) üzrə idxal gömrük rüsumlarının tariflərinin müəyyənəşdirilməsi.

Hal-hazırda Rusiya 35 ölkə ilə ikitərəfli danışıqları bitirmişdir, onlar Rusiya mal dövriyyəsinin 87 %-ni təşkil edir. Daha beş ölkə ilə həll edilməyən bir-iki məsələ qalmışdır. Mövqelərin hələ də ayrı düşdüyü problem sahələr arasında bir sıra kənd təsərrüfatı malları, aviasiya texnikası, avtomobillər, mebel daxildir.

Danışıqlar prosesinin ən əhəmiyyətli hadisəsi 2004-cü ilin may ayında AB protokolunun imzalanması olmuşdur.

¹ Paraqrafın hazırlanması zamanı Rusiyanın İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin və Dünya bankının ticarət siyasəti departamentinin materiallarından istifadə edilmişdir.

Avropalıların mövqeyi digər dövlətlərlə ikitərəfli əlaqələrin gedişatına təsir göstərir.

Digər ciddi nailiyyət – Çinlə ikitərəfli danışıqların sona çatdırılmasıdır, bu danışıqlar intensiv şəkildə üç il müddətində aparılmışdır. Protokol 14 oktyabr 2004-cü ildə Rusiya Federasiyası prezidenti V.V.Putinin Pekinə səfəri çərçivəsində imzalanmışdır.

2. *Kənd təsərrüfatı problemləri üzrə danışıqlar.* Belə danışıqlar mürəkkəb xarakter daşıyır, beləki, ölkələrin mövqeyi müəyyən dərəcədə ayrılır. Bundan başqa, tarif aspektləri aqrar sektoru dövlətin daxili köməkliyi ilə mümkün olan həcmi müzakirə olunur, «Sarı» zənbil çərçivəsində (ticarət və istehsalın sürüşkənliyinə təsir göstərən subsidiyalar) və kənd təsərrüfatı mallarına və ərzağa ixrac subsidiyalarının səviyyəsində (AKG aqrar köməklik göstəriciləri) müzakirə olunur. Bu 2003-cü ilin oktyabrında Cenevrədə olmuşdur. Rusiya 1993-1995-ci illərdə kənd təsərrüfatını cəzalandırmaq baxımından dövlət yardımının 9,5 mlyd. dollar səviyyəsində saxlanması vacibliyi əleyhinə olmuşdur.

3. *Xidmətlər bazarına giriş üzrə danışıqlar.* Xarici xidmətlərin və təchizatçıların Rusiya bazarına daxil olması şərtlərinin razılaşdırılmasını öz məqsədi kimi tutur. Hal-hazırda 16 ölkə ilə danışıqlar sona çatdırılıb, daha altısı ilə sona çatmaq ərəfəsindədir. Ən çətin danışıqlar ABŞ, Kanada, Yaponiya, İsveçrə, Norveç, Avstraliya, Hindistanla aparılır. Bu, əsasən, maliyyə, enerji və telekommunikasiya sahəsi kimi «hissiyatlı» sektorlara aiddir, onlara giriş ÜTT-nin aparıcı ölkələri üçün çox vacibdir. Bundan başqa, bir çox ölkələrin fiziki şəxslərin və xidmət göstərənlərin Rusiya bazarına daxil olmağı, məsələn, Hindistan, Kanada, İsveçrə asanlaşdırmaqda maraqlıdır.

4. *Sistem məsələlər üzrə danışıqlar.* Bu prinsip Rusiya ÜTT-nin üzvü kimi öz öhdəçiliyini yerinə yetirmək üçün qanunvericilik və onların tətbiqi sahəsində tədbirlər müəyyən etməyə həsr edilmişdir. Danışıqlar üçün hüquq və vəzifələrin

göstərildiyi və Rusiya tərəfindən bütün danışıqların nəticəsi üzrə qəbul edilən əsas sənəd RD-nin məruzəsinin layihəsidir. Bu sferada ÜTT ölkələrinin sorğu tələbəni üç hissəyə bölmək olar:

- Rusiyanın qanunvericilik və təcrübi tədbiqi qaydalarının ÜTT-nin qaydalarına uyğun olmaması. Gömrük qanunvericiliyində vəziyyət ələ olan tarif kvotası, qeyri-tarif tədbirləri sferasında idxal mallarına təqdim olunan artıq tələblər (spirtli, formasevtika və s.), həmçinin sanitar və fito-sanitar tələblər, sənayenin subsidiyalasdırılması sistemi və s. RD üzvlərində xüsusi narahatçılıq doğurur. Danışıqların iştirakçıları bu məsələlərlə əlaqədar birləşdiyi andan standart vəziyyəti yerinə yetirməyi tələb edir;

- birləşdikdən sonra Rusiyanın xarici iqtisadi fəaliyyət sahəsində tətbiq etdiyi bəzi tənzimləmə elementlərinin, prinsipə ÜTT-nin icazə verdiyi tənzimləmə elementləri prinsipə müəyyən öhdəçiliklərlə əsaslandırılır, RD-nin məruzəsində qeyd edilir;

- ayrı-ayrı ölkələrin sorğuları – RD-nin ÜTT-nin çoxsa-həli ticarət razılaşmaları öhdəçilikləri çərçivəsindən kənara çıxan (ÜTT-nin tələbləri) mülki aviatexnika və dövlət alışı üzrə məcburi olmayan razılaşmalara birləşərək, ixrac rüsum-larının ləğv edilməsi. RD üzvlərinin müəyyən hissəsi problemi sistem məsələləri ticarət-iqtisadi münasibətləri müzakirə çərçivəsində dərindən ikitərəfli həll etməyə çalışırlar.

2003-2005-ci illərdə danışıq proseslərinin intensivləşdiril-məsi nəticəsində nisbətən mürəkkəb və problem məsələlərin həll edilməsində Rusiya nümayəndəsi son mərhələyə çıxdı. Əsas ticarət tərəfkeşləri ilə birləşmək şərtlərinin müzakirəsi praktiki olaraq fasiləsiz rejimdə keçir.

Əgər danışıqlar indi olduğu kimi cəld keçirsə Rusiya artıq 2006-cı ildə ÜTT-nin üzvü ola bilər. Bütün parametrlər üzrə potensial öhdəçiliklər (tariflər, kənd təsərrüfatı, xidmət bazarına daxil olmağın mümkünlüyü) və onun gələcək inki-şafa əsaslanacaq və tam uyğun rəqəbat mühitinin saxlan-

masında milli iqtisadiyyatın vacibliyini təmin etməlidir. Beləliklə, danışıqların müvəffəqiyyəti ancaq Rusiya tərəfinin gücündən yox, eyni zamanda, bizim tərəfkeşlərin siyasi baxışları, onların güzəştə getməyə hazırlığından asılıdır.

Sözsüz ki, Rusiya üçün, dünyanın bir çox ölkələri kimi ÜTT-yə daxil olma müasir ticarət siyasətinin əsas məsələlərindən biridir, bu da Rusiyanın beynəlxalq arenada gələcək vəziyyətinə aydınlıq gətirəcək. ÜTT üzvü olan 148 ölkənin heç biri, o cümlədən, ən az inkişaf etmişlərin də, ÜTT-dən çıxması faktı, bu təşkilatda olmayan ölkələrin isə ona daxil olmağa səy göstərməsi təsdiq edir ki, ÜTT-də üzvlük milli maraqların reallaşmasına maneçilik törətmir, əksinə onların əldə olunmasına köməklik göstərir.

ÜTT-yə qoşulmaq istəyərək Rusiya aşağıdakı məqsədləri güdür:

- Rusiya mallarının və xidmətlərinin mövcud və qeyri-diskriminasiya şərtləri ilə müqayisədə daha da əlverişli şəraitin alınması, bu, əsasən, emal sənayesinə xarici bazarlara çıxmasına şərait yaratmalıdı, bu da Rusiya ixracına və Rusiya iqtisadiyyatı strukturunun təkmilləşdirilməsinə şərait yaradardı;

- ticarət mübahisələrinin həllində beynəlxalq mexanizmə daxil olma;

- qanunvericilik normasının ÜTT normalarına müvafiq olaraq qurulması nəticəsində xarici sərmayələr üçün əlverişli iqlim yaradılması;

- ÜTT üzvləri olan ölkələrdə Rusiya sərmayəçilərinin imkanlarının genişlənməsi;

- yerli məhsulun keyfiyyətinin və rəqabətqabiliyyətinin artması üçün şəraitin yaradılması;

- milli maraqlar nəzərə alınmaqla beynəlxalq ticarət qaydalarının hazırlanmasında iştirak;

- Rusiyanın beynəlxalq ticarətdə tamhüquqlu iştirakçı kimi imicinin yüksəldilməsi.

Qeyd edilən məqsədlərdən mümkün olan üstünlük ÜTT-yə daxil olmaqdır.

Birincisi, ÜTT-yə üzv olmaq haqqında statusun alınması Rusiya üçün bazar iqtisadiyyatını möhkəmləndirməyə, rəqabət mühitinin və təsərrüfatçılığın qanunvericilik əsasında təkmilləşdirilməsinə və dünya təcrübəsinin cəniləşdirilməsinə istiqamətlənən ciddi bir addımdır. ÜTT-nin hüquqi əsası bütün ixrac və idxalın uzunmüddətli fəaliyyət şərtlərinin sabitliyinin təmin edilməsinə istiqamətlənmiş əsas ticarət prinsiplərini (milli rejim, onun idarə edilməsinin şəffaflığı, çox da böyük olmayan əlverişli şərait yaratmaq və s.) reklam edir. Bununla da ÜTT-yə birləşmək Rusiyanın xarici iqtisadi və ümumtəsərrüfat qanunvericiliyinin sabitləşməsində güclü faktor olacaq.

Eyni vaxtda ÜTT-nin qaydaları çərçivəsində bilavasitə rəqabətdən, ticarət təcavüzündən qorumaq, həmçinin, öz malları üçün azad tranzit hüququ alır. Bu qaydaların həyata keçirilməsi ÜTT-nin mübahisələrin həll olunmasını tənzimləyən kifayət qədər səmərəli, onun tətbiqinin təcrübə göstəriciləri, qayda və əməliyyatlar haqqında razılığa gəlməkdə xüsusi mexanizmlərdən istifadə etməklə mümkündür. Başqa sözlə, Rusiya ÜTT-nin mübahisələri həll etmək qaydaları ilə öz ticarət hüquqlarını başqa ölkələrin qeyri-qanuni hərəkətlərindən-təcrübəsindən qoruya bilər. Mütəxəssislərin hesablamalarına görə, hazırda Rusiya hər il öz mallarının dünya bazarlarına buraxılmasının məhdudlaşdırılması üzrə 1 mlrd. dollardan 4 mlrd. dollara qədər itirir. Rusiya ixracına münasibətdə ABŞ-da və Kanadada, Aİ ölkələrində 60 antidempinq qanun fəaliyyətdədir. Rusiya 58 mövqe üzrə, xüsusilə kimya, metallurgiya və toxuculuq sənayesində təsirlərə məruz qalır. Hətta, ABŞ-da ov silahlarının ixracının tənzimlənməsi qaydaları da vardır.

Digər, heç də az vacib olmayan an öz milli maraqlarını nəzərə almaqla beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ticarət və ekologiya, sosial standartlar, elektron ticarəti arasında

qarşılıqlı əlaqələri daxil etməklə beynəlxalq ticarət qaydalarını işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. Əks halda, ölkə həmişə öz qanunvericiliklərini ÜTT-nin normalarına gətirməli olacaq ki, bunun da qəbul edilən qərarlara təsiri olmayacaqdır.

ÜTT-yə daxil olmaqla mühüm üstünlük köhnəlmiş istehsalın yenidən qurulmasının investisiya motivləşdirilməsi və onun texniki səviyyəsini yüksəltmək hazırda inhisarlaşmış Rusiya iqtisadiyyatının rəqabət aparmaq imkanlarını yüksəltmək üzrə müəssisələrin gücünün artırılması və islahat quruluşunun aktivləşdirilməsinə səbəb ola bilər. Sivilizasiyalı rəqabət mühitinin formalaşdırılması, həmçinin, dövlətin iqtisadi siyasətinin sahələr üzrə lobbisi meyilini zəiflətməklə yerli biznesin və dövlətin açıq və şəffaf qarşılıqlı hərəkət qaydalarının yaradılmasına imkan verir.

Düzdür, bazarda rəqabət Rusiya istehsalçıları üçün bir sıra neqativ nəticələr verə bilər. Keçid dövründə ÜTT-yə birləşmək rəqabətin dərəcəsini «Dozalaşdırmaq» Rusiyanın daxili iqtisadi siyasətinin düşünülmüş əsas məsələsidir. O, hakimiyyət və biznesin qarşılıqlı məsuliyyət prinsipləri əsasında yerli istehsalçıları yoxlanmış gömrük tarif siyasətini və proteksionizm müdafiəsini tələb edir (dövlət müəyyən dövr və ya digər tarif səviyyəsində yerli istehsalçıları müdafiə etməyi saxlamaq haqqında öz üzərinə öhdəçilik götürür, lakin öz məhsulunun rəqabətləmək imkanlarının nisbətən yüksək göstəricilərdə çıxarmaqda dəqiq öhdəçiliyi).

Nəhayət, Rusiyanın imicinin yaxşılaşması beynəlxalq ticarətin tam hüquqlu üzvü olmaqla nəinki Rusiya bazarına xarici kapital və xidmətin axmasına, eyni zamanda, Rusiya iqtisadiyyatının rəqabət üstünlüyünün möhkəmləndirməyin nəticəsi olaraq xaricdə onların investisiyalaşdırılması imkanlarını genişləndirməyə, həmçinin transmilli Rusiya şirkətlərini formalaşdırmağa imkan verəcəkdir.

Digər tərəfdən, sərhəddi açmaq, tarif maneələrini aradan qaldırmaq, xarici mal və xidmətin Rusiya bazarına yol açması bu idxalın genişlənməsinə və daxili bazarda rəqabətin güclən-

məsinə çağırır. Hazırda bir çox rəqabət imkanı olmayan Rusiya müəssisələri öz bazarını itirir və qanunauyğun olaraq onların bağlanması prosesi baş verir. Yerli istehsalçıların göstərilən sektorda miqyaslılığını nəzərə alaraq sahələrin və istehsalın rəqabət etməyinin kütləvi real dağılması qorxusu mövcud olur. Bu gün ölkədə 2 mln. tətbiq olunmuş müəssisələrin 42 %-i (həmin müəssisələrdə 65 min nəfər işləyir) maliyyə baxımından müflisləşmişdir (yəni ziyanla işləyir)¹. Əgər nəzərə alsaq ki, Rusiya müəssisələrinin müəyyən hissəsi rəqabət etmək imkanlarına malik olmayanların az bir hissəsi hazırda gəlirli müəssisələrdir, onda bu zaman Rusiya iqtisadiyyatının rəqabət etmək imkanı olmayan sektorunun bağlanması və ya ləğv edilməsi təhlükəsinin miqdarı haqqında təsəvvür əldə etmək olar.

Digər sözlərlə, Rusiya bazarının keçid dövrü olmadan açılması müəssisələr üçün investisiya rekonstruksiyasının və öz rəqabətcabiliyyətliliyinin tələb olunması ilə tez bir zamanda bir sıra sahələr inkişaf perspektivini itirir. İlk növbədə, bu, kənd təsərrüfatı, əczaçılıq, kimya, avtomobil, aviasiya, elektron sənaye, sığorta, maliyyə xidmətləri, pərakəndə satış kimi «hissiyatlı» sahələrə aiddir. Rusiya bazarına xarici məhsulların girişinin liberallaşması və bu bazardan milli istehsalçıların çıxarılması miqyaslı sosial tutumlara səbəb ola bilər. Bu hadisələri çox ciddiləşdirmək lazım deyil, lakin onlara hazır olmaq lazımdır.

Rusiya bazarına xarici malların yanaşmasının liberallaşdırılması və ondan yerli istehsalın sıxışdırılması ola bilər ki, köhnəlmiş istehsalın bağlanması və ya yeni profilə keçirilməsi, iş yerlərinin itirilməsi, işsizliyin artması, Rusiyanın regionlarında sosial-iqtisadi problemlərin gərginləşməsi və s. ilə əlaqədar ola bilər ki, bu da sosial xərclərin artmasına səbəb

¹ Вах.: Народное хозяйство России в условиях мировой конкуренции. Некоторые результаты отраслевого анализа и контуры экономической стратегии: Сборник научных материалов / Под ред. А. Шмарова. М.: 2002

olsun. Bu nəticələri dramatikləşdirmək yox, ona hazır olmaq lazımdır.

Liberallaşmanın kontekstində Rusiya bazarına hazır xarici malların yol açması, eyni zamanda xarici investorların Rusiyaya cəlb olunmasının aşağı düşməsi təhlükəsi mövcud olur. Aydınır ki, əlverişsiz investisiya mühiti olan ölkəyə əgər mal gəlməzsə iri həcmli investisiyalar daxil olur. Yüksək tarif maneələri xarici istehsalçıları hazır məhsulun daxil olmasından başlayaraq buraya yeni istehsalın yerləşdirilməsinə qədər bu sahədə daxili bazara sahib olaraq istiqamətini ənənəvi şəkildə dəyişir. Bununla belə, ÜTT-yə daxil olmaq son həddə investisiyanı etibarlı bağlamaqla bilavasitə mallar üçün son hədd olaraq daxili bazarı açır.

Rusiya bazarına girişin liberallaşdırılması kontekstində, həmçinin Rusiyanın xarici sərmayəçilər üçün cazibədarlığı itir. O cümlədən, Rusiya sənayesi bir sıra sahələr istisna olmaqla, çətin ki, açıq bazarın üstünlüklərindən faydalansın. Rusiya ixracının əsasını enerjidaşıyıcıları, xammal və ilkin emal malları təşkil edir. Mallara rüsumların azaldılması az effekt verəcək. ÜTT-yə daxil olma yalnız Rusiya ixracının % 5-ni təşkil edən rəqabətqabiliyyətli ayrıca malların çıxarılmasında əks olunacaqdır (bax.: Avdokuşin). Həmçinin, nəzərə almaq lazımdır ki, Rusiya hal-hazırda ikitərəfli əsaslarla TTBR/ÜTT-yə daxil olan əsas ticarət partnyorları ilə ən əlverişli rejimə malikdir.

Bütün göstərilənləri yekunlaşdırsaq, onda, Rusiya iqtisadiyyatının gəlir və itki balansı qısa perspektivdə Rusiyanın xeyrinə olmayacaqdır, lakin orta müddətli və uzunmüddətli perspektivdə ölkə nəzərə çarpacaq uduşlar əldə edəcəkdir. Bir çox mütəxəssislərin fikrincə, bu, dövlətin keçid dövründə ÜTT-yə birləşmə siyasətindən asılı olacaqdır. Tamamilə aydındır ki, ÜTT-yə daxil olarkən öz mümkün xərclərini azaltmaq ölkəyə yalnız sabit iqtisadi inkişaf şəraitində mümkün olur. Problem həm də ondadır ki, Rusiya bu gün dəqiq

sənaye siyasəti və iqtisadiyyatda prioritetlər sisteminə malik deyil.

Yaranmış vəziyyətdə aparılan danışıqların əsas məqsədi odur ki, Rusiyanın ÜTT-yə daxil olmasının ən yaxşı şəraitinə nail olunsun. ÜTT-yə üzv dövlətlərin hamısının istifadə etdiyi daxili bazarların xarici ticarət effektiv vasitələri tətbiq edərək (mürəkkəb gömrük səddi, kvotalar, lisenziyalaşma, ticarətdə texniki sədlər, fitosanitar normalar, antidempin və kompensasiya normaları) Rusiya üçün ölkənin xarici ticarətinin nizama salınmasının mümkün mexanizmini yaratmaq lazımdır ki, onun köməyi ilə beynəlxalq ticarətin tamhüquqlu üzvü olasan, lakin, bununla, belə öz daxili bazarının müdafiəsini təmin edəsən və bunun nəticəsi olaraq ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyini qoruyasan. Öz müsahibələrinin birində İqtisadi İnkişaf və Ticarət naziri Q.O.Qrefin dediyi kimi: «ÜTT-yə daxil olarkən Rusiyanın öhdəliklər və hüquqlar balansı iqtisadi inkişafa yardım etməlidir, əksinə hal baş verməməlidir».

III BÖLMƏ

MAL VƏ XİDMƏTLƏRLƏ BEYNƏLXALQ TİCARƏT

FƏSİL 8. MALLARLA BEYNƏLXALQ TİCARƏT

Beynəlxalq ticarətin dinamikası və ərazi strukturunu XX əsrin ikinci yarısında

XX əsrin əvvəllərində beynəlxalq ticarətin dinamik inkişafı ona gətirib çıxartdı ki, 1929-cu ildə dünya mal ixracının həcmi iki dəfə artdı və 535 mlrd. dollara çatdı. Lakin 1930-cu illərdəki iqtisadi böhran nəticəsində müharibədən qabaqkı müddətdə dünya mal ixracının həcmi yalnız 35 mlrd. dollar artmışdır. XX əsrin ikinci yarısında beynəlxalq ticarətdə əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verdi, bunlar, əsasən, onun dinamikasına, coğrafi və mal strukturuna toxunurdu.

Qərb iqtisadçıları 1950-1970-ci illəri ticarətin qızıl əsrinə adlandırırlar. Bu 20 il ərzində beynəlxalq mübadilə «partlayış» şəklində alınıb (cədvəl 11).

1960-1970-ci illərdə dünya mal ixracının ümumi həcmi 1950-ci ilə nisbətən 5 dəfə artmışdır. Onun gəliri 1960-cı ildə 65,2 %, 1970-ci ildə isə 83,2 % təşkil etmişdir. Orta illik artım templəri müvafiq olaraq 5,1 % və 6,2 % olmuşdur. Yüksək gəlir templəri 1980-ci illərdə də müşahidə olunurdu. 1990-cı ildə dünya ixracının ümumi həcmi 1950-ci ilə nisbətən 7,7 dəfə, 2000-ci ildə isə 12 dəfə artaraq 9040 mlrd. dollara çatmışdır.

Dünya mal ixracatının ümumi həcmi və artımı

Ölkələr qrupu	1950-ci ildə həcmi, mlrd. doll.	1960		1970		1980		1990		2000		Orta artım tempi
		Həcmi mlrd. dol.	1950 ilə nisb. %-lə	Həcmi mlrd. dol.	1960 ilə nisb. %-lə	Həcmi mlrd. dol.	1970 ilə nisb. %-lə	Həcmi mlrd. dol.	1980 ilə nisb. %-lə	Həcmi mlrd. dol.	1990 ilə nisb. %-lə	
Bütün dünya	775,0	1280,0	165,2	2345	183,2	3935	167,8	5985	152,1	9040	151,0	5,0
İnkişaf etmiş ölkələr	615,0	960,0	156,0	1725	179,7	2650	153,6	3900	147,2	5135	132	4,3
İnkişaf etməkdə olan ölkələr	130,0	246,0	189,2	473	192,3	1037	219,2	1775	171,2	3725	210,0	6,9
Şərqi Avropa ölkələri	16,0	36,0	225,0	60,0	166,6	86,5	144,5	125	144,5	85	68	3,3
Keçmiş SSRİ ölkələri	12,5	40,0	320,0	85,0	212,5	160,0	188,2	185	116,0	95	51,4	4,1

Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет/ Под ред. И.Е.Королева, М.: Юрист, 2003. – üzrə hesablanmışdır.

Dünya ticarətinin sabit yüksək və möhkəm artımı aşağıdakı faktorları təmin edir:

- BƏB-in (xüsusilə beynəlxalq kooperativləşmə) və istehsalın beynəlmilləşdirilməsi;

- köhnələrin yenidən qurulmasını sürətləndirən, iqtisadiyyatın yeni sahələrinin yaranmasına imkan verən elmi-texniki tərəqqi;

- TMK-rın istehsal-texniki fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi;

- ölkənin ödəmə balansının (BVF) və dünyanın əsas valyuta sabitliyinə kömək edən, beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsinə (QATT/ÜTT) istiqamətlənən beynəlxalq iqtisadi təşkilatların fəaliyyətinin və ticarətin liberallaşdırılması;

- ümumi bazarın, gömrük ittifaqının, azad ticarət zonalarının (ATZ) yaranmasına regional integrasiya proseslərinin inkişafı;

- müstəmləkə ölkələrinin siyasi müstəqillik almaqla iqtisadi modellə xarici bazara istiqamətlənən yeni sənaye ölkələrinin ayrılması.

Elmi-texniki nailiyyətlərin, xarici ölkələrdə TMK-rın aktiv fəaliyyəti və kapitalın ixrac həcmının artması hesabına XX əsrin ikinci yarısında yeni təkan almış beynəlxalq ixtisaslaşmanın dərinləşməsi beynəlxalq mal mübadiləsinin artmasına imkan vermişdir. Beynəlxalq kooperativləşmə əlaqələrinin genişlənməsi, xarici ticarət siyasətinin liberallaşdırılması öz növbəsində açıq ticarətin formalaşdırılmasına (hansı ki, beynəlxalq ticarətin güclü faktoru hesab edilir) və idxal tariflərinin aşağı düşməsinə kömək etmişdir.

ÜDM-ə münasibətdə xarici ticarət dövriyyəsi faizlə ölçülməklə milli iqtisadiyyatın orta təkrar istehsal səviyyəsi 1950 – ci ildə 16 %, 2000-ci ildə 37 %-ə qədər, ixrac və idxal xidməti nəzərə alınmaqla 44 % artmışdır. İnkişaf etmiş

ölkələrin 50 ildə idxal tariflərinin səviyyəsi 43 %-dən 4 %-ə qədər enmişdir.¹

Bu istiqamətdə isə ölkənin regional iqtisadi integrasiyası fəaliyyət göstərir. Ölkələr arasında ticarətdə məhdudlaşmanın ləğv edilməsinə imkan verir və bununla da beynəlxalq mübadilənin ümumi artımına müəyyən dərəcədə təsir göstərir. Belə ki, Avropa İqtisadi Birliyi (AİB) və Avropa azad ticarət assosiasiyası (AATA) yarandıqdan sonra Aİ ölkələrinin xarici ticarəti 50 ildə 12,4 dəfə artmışdır.

Beynəlxalq ticarətin ümumi artım dinamikasında dünya ixracında ayrı-ayrı ölkələrin payı müxtəlifdir. 1950-ci ildə dünya mal dövriyyəsinin həcmində ölkələrin inkişafı 79,4 % təşkil etmişdir. Onların ixracının fiziki və dəyər həcmi möhkəm artım meyilləri ilə büruzə vermişdir. Nisbətən yüksək artım 79,7 % - 1970-ci ildə müşahidə edilmişdir ki, bu da 1950-ci illə müqayisədə 2,8 dəfə çoxdur. XX əsrin ikinci yarısında dünya mal ixracı 9 dəfə artaraq 5135 mlrd. dollara çatmışdır.

Inkişaf etmiş ölkələrin beynəlxalq ticarətinin inkişafının intensivliyi haqqında xarici ticarətin onların sənaye istehsalı ilə müqayisədə qabaqlayıcı inkişafı buna dəlalət edir. Beləki, 1970-ci ildən 1990-cı ilə qədər ixracın fiziki həcmi 2,6 dəfə artmışdır, inkişafın orta illik tempi 9,2 % təşkil etmişdir, dünya sənaye istehsalının həcmi müvafiq olaraq 3,6 dəfə və ya 4,3 % artmışdır. 1990-cı illərdə dünya ticarətinin inkişafı dünya istehsalının inkişafını qabaqlamaqda davam edirdi. Malların dünya ixracının fiziki həcm gəliri 1995-ci ildə dünya istehsalının 36 % və MVM 7 %-ni təşkil etmişdir.

2000-ci ildə beynəlxalq ticarətin birdən-birə artması müşahidə olunmuşdur. Dünya ixracının fiziki həcmnin gəliri 96 % olmuşdur, dünya istehsalı – 27 %, dünya MVM 25 % olmuşdur.²

¹ Bax.: Шмелев Л.Ю. Внешнеэкономические связи стран // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 8.

² Bax.: www.wto.org.international trade statistics. 2001

Xarici ticarətin milli istehsalla müqayisədə qabaqlayıcı inkişafı ixrac kvotasının artması tendensiyasını yaradır. XX əsrin sonuncu onilliyində o daha çox Avropanın ixracın rolu böyük olan kiçik dövlətlərində artmışdır: İrlandiya, Belçika və Lyuksemburqda, Hollandiyada (cədvəl 12). Dünya ticarəti liderlərinin ixrac kvotası azdır, lakin o da inkişaf tendensiyasına malikdir. Beləki, ABŞ-da bu göstərici 1985-ci ildə olan 5,4 %-dən 2000-ci ildə 8 % idi.

Cədvəl 12

Yüksək ixrac kvotasına malik inkişaf etmiş sənaye ölkələri

İnkişaf etmiş sənaye ölkələri	1985	1990	1995	2000
İrlandiya	52,9	52,1	69,5	82,1
Belçika-Lyuksemburq	64,5	57,8	59,4	77,5
Hollandiya	53,1	46,5	49,5	57,3
Kanada	25,1	22,4	34,3	40,0
İsveç	32,8	25,4	26,1	38,2
Norveç	31,3	29,6	28,8	35,6
Avstriya	26,1	25,9	24,9	33,9
Daniya	27,5	27,1	28,3	30,5
AFR (Almaniya)	30,0	25,0	21,1	29,4
Portuqaliya	24,1	24,3	22,6	22,2

Mənbə: Сельцовский В.Л. Экономико-статистические методы анализа внешней торговли. М.: Финансы и статистика, 2004.

Müxtəlif sahəli ixrac kvotası beynəlxalq ticarətdə ölkələrin ixtisaslaşmasını müəyyən etməyə imkan verir. Məsələn, Almaniyanın beynəlxalq ixtisaslaşmasını (iqtisadiyyat müəyyən səviyyədə xarici bazardan asılıdır) onunla əlaqələndirmək olar ki, onun elektrotexnika və kimya sənayesi, ümumi maşınqayırma və avtomobilqayırma üzrə ixrac kvotası milli məhsulları üzrə orta kvotasından yüksəkdir.

Təsərrüfat əlaqələrinin beynəlmilləşdirilməsinin gücləndirilməsi şəraitində idxal kvotasının artması meyili baş verir. 1990-cı illərdə, o Almaniya -22 %, Fransada – 21,2 %, İtaliya – 20,1 %, Böyük Britaniya – 29 % idi, ABŞ və Yaponiyada mal və xidmətlərin idxalından asılı olaraq nisbətən az olmuşdur.

Ölkənin xarici ticarəti ÜDM və sənaye istehsalının titrəməsi bir-biri ilə sıx əlaqədədir. Onun dinamikası dünya təsərrüfatının struktur irəliləyişində və tsiklik tərəddüd etməsində özünü göstərir. Bununla belə, 1980-1990-cı illərdə dünya ticarətinin dinamikasına iqtisadi böhranların tsiklik təsiri kəskin güclənmişdir. Beləliklə, 1980-1982-ci illərdə dünya iqtisadi böhranı cari qiymətlərlə beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin mütləq aşağı düşməsinə gətirib çıxartmışdır. Artım ancaq iqtisadiyyatın böhrandan sonra canlanması mərhələsində, bununla belə, 1960-1970-ci illərdəkinə nisbətən çox zəif keçdi. 1991-1993-cü illərdə dünya təsərrüfatında istehsalın dünya ixrac və idxalının artım sürətinin mütləq aşağı düşməsinə səbəb olmuşdur.

1960-1970-ci illərdə beynəlxalq ticarətin strukturu dəyişilmişdir, əgər 1950-ci ildə dünya mal ixracının 79,4 %-i sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin payına düşürdüsə, inkişaf etməkdə olan ölkələrin payı 17 %, Şərqi Avropa və keçmiş SSRİ ölkələrinin payı 2 %-ə qədər azalmışdır.¹

Bununla belə, dünya təcrübəsi göstərir ki, beynəlxalq ticarətdə güclərin nisbəti artıq hərəkətdədir. Baxmayaraq ki, ABŞ 50 il müddətində beynəlxalq ticarətdə özünün aparıcı rolunu saxlamışdır, onların mövqeyi dəyişilməmiş qalmışdır. Belə ki, 1950-ci ildə dünya ixracının həcmində 42,4 % ABŞ-ın payına düşürdüsə, bu əsas verir ki, bu ölkəni mütləq lider sayaq (cədvəl 13). Lakin son onilliklərdə ABŞ tədricən öz ticarət mövqeyini vermişdi. Bu birinci, 1970-1980-cı illərdə dünya böhranı və ikincisi, əmək məhsuldarlığının artım sürətinin

¹ *Hesablanmışdır*: Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет.

aşağı düşməsi ilə əlaqədar Amerika mallarının rəqabət etmək imkanlarının aşağı düşməsi ilə bağlı idi. Onlar Avropa və Yapon mallarından 20-30 % baha idi. Baxmayaraq ki, ABŞ keçmişdəki kimi dünya ticarətində liderlər qrupuna başçılıq edirdi, əsrin axırında isə dünya əmtəə ixracında payı 11,8%-i ötmürdü.

Cədvəl 13

1950-2000-ci illərdə aparıcı dünya ölkələrinin mal ixracında payı, %-lə

Ölkələr	1950	1960	1970	1980	1990	2000
Bütün dünya	100	100	100	100	100	100
A B Ş	42,4	30,5	22,6	14,7	13	11,8
Almaniya	4,7	6,8	7,9	9,8	10,0	7,9
Yaponiya	1,3	2,8	4,9	5,1	7,2	6,1
Fransa	4,1	4,9	6,0	6,0	5,5	5,0
Böyük Britaniya	8,5	8,2	6,8	6,0	5,3	4,4
Ç İ N	1,8	2,5	2,0	2,2	4,5	7,7

Hesablanmışdır: Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет.

Praktiki olaraq bütün Avropa ölkələrinin xarici ticarəti 1950-ci ildə 1938-ci ildə olan səviyyədən aşağı idi. Ümumdünya mal ixracatında Böyük Britaniyanın payı 8,5 %, AFR – 4,7 %, Fransanın – 4,1 %, İtaliyanın - 2,1 % idi.

Avropa regionunda istehsalın beynəlmilləşdirilməsi və Avropa iqtisadi integrasiyasının inkişafı Avropa ölkələrinin dünya ticarətində mövqelərini əhəmiyyətli dərəcədə bərkitməmişdir. 1970-ci ildə Almaniyanın payı 7,9 %, Fransanın 6,0 %, İtaliyanın 4,5 % olmuşdur. Ümumiyyətlə Aİ-nın payına 1970-ci ildə dünya ticarətinin 41,5 %-i düşürdü, 1980-cı ildə isə bu rəqəm 42,8 % olmuşdur. Əsrin sonunda Avropa ölkələrinin ixracı Amerikanıkindən 2,9 dəfə çox olmuşdur, baxmayaraq ki, onların dünya ticarətində payı 33,6 %-ə qədər azalmışdır.

Qərbi Avropanın mövqeyinin güclənməsi, Avropa İqtisadi Birliyinin yaranması və üçüncü ölkələrə münasibətdə

vahid gömrük siyasətinin keçirilməsi ABŞ və Yaponiya ilə ticarətdə ziddiyyətlər yaratdı.

1980-cı illərdə Yaponiya sürətlə Avropa və ABŞ bazasına daxil olmağa başladı. Əgər 1950-ci ildə onun dünya mal ixracında payı cəmi 1,3 % təşkil edirdisə, 30 il sonra bu rəqəm 5 %-ə yüksəlmiş, 10 il sonra isə 7,2 %-ə çatmışdır. 50 il ərzində Yaponiyanın ixracı 52,8 dəfə artmış və 2000-ci ildə 550 mlrd. dollar təşkil etmişdir.

1980-cı illərdə Yaponiya bir sıra ölkələri (ABŞ və AFR) yük və minik avtomobillərinin, məişət elektrotexnikasının ixracında qabaqlayaraq maşın və avadanlığın ixracı üzrə birinci yerə çıxmışdır.

Beləliklə, XX əsrin ikinci yarısında dünya mal dövriyyəsi xarici ticarət dinamikasının, ölkənin xarici ticarət mövqeyinin hərəkətdə olmasının, iqtisadi və siyasi inkişafının qeyri-bərabərliyi ilə əsaslandırılırdı.

1980-cı illərin ortalarında AFR ABŞ-ı qabaqlayırdı, Yaponiya isə mal ixracının dəyərində görə onlara yaxınlaşmışdı. 1990-cı illərin ortalarından Yaponiya öz xarici ticarət mövqeyini zəiflətdi, bu da bir sıra daxili və xarici səbəblərlə bağlı idi:

- iqtisadiyyatda uzun müddətli tənəzzül;
- siyasi qeyri-sabitlik;
- fond bazarında böhranlar;
- iyen kursunun qeyri-möhkəmliyi;
- Yaponiyanın daxili bazarına yanaşmanın genişlənməsi üzrə tərəfkeşlərlə ticari-siyasi münaqişələr;
- ölkənin kimyəvi mallarının, elektromaşınqayırma və orqtexnika mallarının ixracında mövqeyinin zəifləməsi.

Lakin artıq 2000-ci ildə o, liderlər qrupuna qayıtmışdır və idxal-ixrac həcmində görə dünyada üçüncü yeri tuturdu. İxrac dəyər ifadəsində 479,2 mlrd. dollar təşkil etmişdir və 22 % artmışdır.

1960-cı ildə inkişaf etməkdə olan ölkələrin ümumdünya mal ixracında payı cəmi 19,2 % olmuş, lakin sonrakı onilliklər

ərzində o daima artmışdır: 1970-ci ildə 20,2 %, 1980-cı ildə 26,4 %, 1990-cı ildə 29,7 %, 2000-ci ildə isə 41,2 %-ə çatmışdır.

Bu ölkələrin mal ixracının artması yüksək sürətlə xarakterizə olunur (1970-ci ildə 92,3 %, 1980-cı ildə 119,2 %, 1990-cı ildə 71,2 %, 2000-ci ildə 110 %). Bütövlükdə 50 ildə 1950-ci illə müqayisədə onun həcmi 28,7 dəfə, orta illik artım 6,9 % təşkil etmişdir (bax cədvəl 11).

Bu qrup ölkələrin dünya ixracında xüsusi çəkisinin artması və ixracın həcmünün yüksəlməsi xarici iqtisadi əlaqələrdə onların iqtisadiyyatında köklü və dərin keyfiyyət dəyişikliklərinin nəticəsidir. Aktiv sənayeləşmə və ölçülü-biçilmiş xarici iqtisadi siyasət birbaşa investisiya formalarında xarici kapitalın cəlb edilməsi üçün sağlam şərait yaradır.

Lakin inkişaf etmiş ölkələrin beynəlxalq ticarətdə vəziyyəti və iştirak dərəcəsi müxtəlifdir. Neftə qiymətin qeyri-sabit olması gah inkişaf etməkdə olan ölkələrin – neft ixrac edənlərin dünya ixracında payını artırır və ya azaldır. Həmçinin, Afrika ölkələrində də dünya bazarına ixracı xırdadır. Bu qitənin ixracının 1/3-dən 1/5 –ə qədəri bir dövlətin – CAR-nin payına düşür. Latin Amerikası ölkələrinin möhkəmliyi və vəziyyəti kifayətedici deyil. Bütün qitə ixracının 65 %-dən 75 %-ni dörd ölkə – Meksika, Braziliya, Argentinə və Çili göndərir. Bu ölkələrin xarici ticarəti dünya bazarının tələblərinə çətinliklə uyğunlaşır. Onlar ixrac gəlirlərinin 2/3 hissəsini xammaldan alırlar. Lakin bu qrupdan olan mallara tələb resurslara qənaət etmək texnologiyasının tətbiqi, yeni sün materialların yaranması, sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin böyük özünütəminatməyə cəhd göstərməsi ilə əlaqədar olaraq aşağı düşür.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin ixracının azalması sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdən ərzağın və xammalın payının artması ilə əlaqədardır. Nəticədə dünya ixracında inkişaf etməkdə olan ölkələrin payı 1960-cı ildə 40,3 %-dən, 1991-ci ildə 28,1 %-ə qədər azalmışdır ki, bu da onların xarici iqtisadi vəziyyətinə mənfi təsir göstərir.

Bununla bərabər, inkişaf etməkdə olan ölkələrin beynəlxalq ticarətində – neft ixracatçıları ölkələrinin payı artmışdır, bu da bir tərəfdən neft və neftməhsullarının istehlakının artması, digər tərəfdən isə dünya enerji böhranı və 1974-1975-ci illərdə (I mərhələ) və 1978-1980-cı illərdə (II mərhələ) neftin bahalaşması ilə əlaqədar idi.

1980-cı ildə inkişaf etməkdə olan ölkələrin ixracının 55 %-i neft istehsal edən ölkələrə OPEK üzvlərinin üzərinə düşürdü. Neftə tələbatın azalması və onun qiymətinin 1980-1986-cı illərdə kəskin sürətdə aşağı düşməsi neftin ixracının azalmasına səbəb olmuşdur.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin inkişaf templərinin qorunmasına Cənubi-Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələri (YSÖ) səbəb olmuşdur. Məsələn, Koreya Respublikasının ixracı 1960-cı ildəki 7,7 mlrd. dollardan təxminən 40 dəfə artaraq 2000-ci ildə 300 mlrd. dollara çatmışdır.

YSÖ dünya ixtisaslaşmasını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdi. Son 30 il ərzində onlar sənaye mallarının iri ixracatçılarına çevrilmişlər. Beləki, əgər 1955-ci ildə Cənubi Koreyanın ixracının 80 %-i xammalın payına düşürdüsə, 1990-cı ilin ortalarında ixrac, əsasən, elektromaşınqayırma malları (20,8 %), tekstil, geyim və ayaqqabı (22,7 %), avtoməşinlər (6,6 %), kimya və farmasevtik məhsul (7,1 %), kompüterlər və orqtexnika (4 %), əlaqə vasitələri (6,7 %), gəmilər (5,6 %) təşkil etmişdir.

Eyni qanunauyğunluğun digər sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə ilk dalğası müşahidə edilir. YSÖ ikinci nəslinin keçmiş əsrin son onilliyində hər il iqtisadiyyatın orta artım sürəti 6 % olmuşdur. Bu fonda onların ixracının strukturu dəyişmişdir. 1990-cı ildə cəmi ixrac gəlirinin 1/3-i xammalın payına düşmüşdür.

Bu cür qanunauyğunluq, həmçinin digər YSÖ-də müşahidə olunur. Beynəlxalq ticarətin yeni hadisələrindən biri də dünya ixracında Çinin payının artması olmuşdur. İqtisadçılar qeyd edir ki, Çin iqtisadiyyatının yüksək inkişaf templərinin

saxlanması (1992-1993- 14%, 1994-1995 - 11%), Çini yeni minillikdə Asiyanın YSÖ ilə yaxınlaşdırı bilər. Əsrin sonunda Çinin ticarəti çox dinamik inkişaf etmişdir. İxracın həcmi 2000-ci ildə 28 % yüksəlmişdir və 249 mlrd. dollar təşkil etmişdir, bu da ölkəyə dünyada yeddinci yerə çıxmağa kömək etmişdir.¹

Şərqi Avropa ölkələri və SSRİ 1950-ci ildə yüksək sürətlə iqtisadi inkişaf nümayiş etdirdi. Sosialist ölkələrinin xarici ticarəti ikitərəfli xarakterlə üstünlük təşkil edirdi və əsasən, Qarşılıqlı İqtisadi Yardım Şurasının (QİYŞ) himayəsi altında onun daxilində həyata keçirilirdi. On ildə (1950-1960) Cənub Şərqi Avropa ölkələrinin ixracının həcmi 2,3 dəfə, SSRİ-də isə 3.2 dəfə artmış və müvafiq olaraq 225 mlrd. və 320 mlrd. dollar təşkil etmişdir. Xarici ticarətin bu artım sürəti sosializm düşərgəsi çərçivəsində ixtisaslaşmanın və kooperasiya edilmənin dərinləşməsi və SSRİ-də keçmişdən qalan aqrar ölkələrdə iqtisadi inkişafın siyasətinin bərabərləşməsi ilə əlaqələndirilirdi. 1980-cı ilə qədər Şərqi Avropa ölkələrinin dünya ixracında payı möhkəm artdı: 1960-cı ildə dünya ixracının 2,8 %-ni, 1970-ci ildə 2,5 %-ni təşkil etmişdir. Lakin 1990-cı illərdə o tədricən azalmışdır: 1980-cı ildə 2,2 %, 1990-cı ildə 2,0 %, 2000-ci ildə 0,9 % olmuşdur.

SSRİ-nin dünya ixracında payı əhəmiyyətli idi (1960 - 3,1 %, 1970 – 3,6 %, 1980 – 4,1 %, 1990 – 3,1 %, 2000 – 1,1 %), lakin 1990-cı illərdə o da azalmağa başlamışdır. Sovet ixracının yüksək inkişaf templəri enerjidaşıyıcılarına qiymətlərin kəskin artması ilə müşayiət olunurdu. Lakin əlverişli konyunktura neft bazarında çox çəkmədi və 1980-cı illərdə Şərqi Avropa ölkələrinin, o cümlədən SSRİ-nin ixracının həcmi həm dəyər, həm də fiziki ifadədə azalmışdı.

1989-1991-ci illərdə Şərqi Avropa ölkələri sosialist seçiminə imtina etdilər və iqtisadiyyatın yeni modelini qurmağa başladılar. İqtisadiyyatın planlı modelindən bazar modelinə

¹ Bax.: www.wto.org.international trade statistics. 2000

keçidinin çətinliyi ilə və SSRİ-nin dağılması ilə əlaqədar onların xarici ticarət vəziyyəti kəskin surətdə pisləşmişdi. 1999-cu ilin sonunda bu ölkələrin dünya ixracında payı 1 %-ə güclə çatırdı.

Lakin iqtisadi vəziyyəti sabitləşdirmək tədbirləri üzrə iqtisadi inkişafı yenidən təzələmək yəni, bərpa etmək keçid iqtisadiyyatı ölkələrinin payının artırılması meyilləri ilə ifadə edilmişdir.

XX əsrdə beynəlxalq ticarətin coğrafiyasında da dəyişikliklər baş vermişdir. Onun həcminin artması mal axınlarının yayılması ilə müşayiət olunurdu. Ən iri mal axınları aşağıdakı istiqamətlər üzrə yayılmışdı:

- ABŞ – Kanada (200 mlrd. dollardan çox);
- ABŞ – Yaponiya;
- Almaniya – Fransa.

Ənənəvi üçbücaq ticarət mübadiləsinin magistral yolu kimi öz əhəmiyyətini itirmir. Sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin biri-biri ilə ticarəti artır (dünya ixracının 60 %-i).

İnkişaf etməkdə olan ölkələr XX əsrin sonlarında, əsasən, biri-biri ilə ticarət qururdu. Özü də onların ticarəti inkişaf etmiş ölkələrdən çox inkişaf edirdi. Nəticədə YSÖ ixracının dəyəri ABŞ və Yaponiyanın ixrac dəyərindən üstün olurdu və bir qədər Aİ ölkələrindən az idi. Elmtutumlu sənaye mallarında ixtisaslaşma YSÖ ixracının strukturunu dəyişmişdir və onların ən iri ticarət partnyorları ABŞ, Yaponiya və Aİ olmuşdur.

İnkişaf etmiş ölkələrdə istehsal olunan sənaye malları inkişaf etmiş ölkələrin bazarına gətirilir. İnkişaf etmiş ölkələrdən İİƏT ölkələrinə sənaye mallarının idxalı artır. 1970-1980-ci illərdə onlar üçqat artmışdır, lakin son 10 ildə onun istehlakı yenə iki dəfə artmışdır. Əgər 1980-ci ildə inkişaf etməkdə olan ölkələrin idxalı hesabına İİƏT dövlətlərinin tələbinin 3,9 % - i ödənilirdisə, 1996 – cı ildə artıq 6,6 %-ni (1,9 %-i YSÖ-nün birinci dalğasının, 1,7 %-i YSÖ-dan ikinci

dalğının və 1,8 %-i digər inkişaf etməkdə olan ölkələrin) təmin edirdi.

İnteqrasiya qruplaşmalarına daxil olan ölkələrin xarici ticarəti aktiv inkişaf edir. Onun fərqləndirici cəhəti regionlararası istiqamətlilikdir. Aİ-nin dünya ixracında payı XX əsrin sonlarında 40 % təşkil edirdi.¹

NAFTA kimi güclü ticarət qruplaşması çərçivəsində inteqrasiya prosesləri Kanada və Meksikanın ABŞ-ın xarici ticarət partnyorları kimi rolunun güclənməsində və dünya mal dövriyyəsinin inkişafında vacib amil olmuşdur. Əsrin sonlarında NAFTA-nın dünya ixracında payı 19,8 %, idxalında isə 25,8 % təşkil etmişdir.²

Beynəlxalq ticarət axınına Asiyada inteqrasiya prosesləri daha çox təsir edir. İnkişaf etməkdə olan Şərqi Asiya ölkələrinin bütün ixracının 1/3 bu region dövlətləri arasında yeri dəyişdirilir. ÜTT-nin mütəxəssislərinin fikrincə, beynəlxalq ticarətdə Asiya-Sakit Okean regionunun rolu artacaqdır. Yeni əsrdə dünya mal dövriyyəsinin 40 %-dən 50 %-ə qədəri onun payına düşəcək.

Çinin də rolu hissedilən dərəcədə artmışdır. 1980-2000-ci illər üzrə onun ixracı 50 dəfə artmış, dünya ixracında payı isə 1,8 %-dən – 4,1 %-ə qədər yüksəlmişdir.³

1990-cı illərin ikinci yarısında Aİ və keçmiş sosialist respublikaları – Polşa, Çexoslovakiya və Macarıstanla ticarəti dinamik inkişaf edirdi. Şərqi Avropaya Aİ ixracının 30 %-i düşürdü.

Beləliklə, ölkələrin iqtisadi inkişafının qeyri-bərabərliyi beynəlxalq ticarətin dinamikasında və coğrafi strukturunda ifadə olunur. XX əsrin son 50 ilində beynəlxalq ticarətdə əsas dəyişikliklər aşağıdakılardır:

¹ www.wto.org, world. trade in 1999, 2000-overview üzrə hesablanmışdır

² Yəni orada. Hesablama üzrə

³ Yəni orada. Hesablama üzrə

- inkişaf etmiş ölkələrin arxasında beynəlxalq ticarətdə aparıcı rolun qorunması;
- əsas ticarət axınlarının inkişaf etmiş ölkələr daxilində konsentrasiyası, xarici ticarət partnyorlarının sayının çoxalmasında onların qarşılıqlı ticarətinin genişlənməsi;
- inkişaf etməkdə olan ölkələrin Qərbi Avropa ölkələrinin bazarlarına daha çox daxil olması; inkişaf etməkdə olan ölkələrin, əsasən, birinci və sonrakı dalğa YSÖ biri-biri ilə ticarətin aktivləşdirilməsi;
- keçid iqtisadiyyatına malik ölkələrin zəif mövqeləri və paylarının həm beynəlxalq mübadilədə, həm də qarşılıqlı ticarətdə əhəmiyyətli azalması.

XX əsrin ikinci yarısında beynəlxalq ticarətin mal strukturunun dəyişməsi

Beynəlxalq əmək bölgüsünün inkişafı və ETİ təsiri altında baş vermiş tərəqqi dünya ixracının mal strukturunda əhəmiyyətli dəyişikliklərə gətirib çıxartdı (cədvəl 14).

Nisbətən dinamik olaraq emal sənayesinin məhsullarının mübadiləsi inkişaf etmişdir. Bu mal qruplarının illik artımı 1990-2000-ci illərdə 7 % təşkil etmişdir. Maşınqayırmada daxili sahələrin ixtisaslaşmasının artımı dünya ticarətində maşın və avadanlıqların rolunu artırmış və sənayecə inkişaf etmiş ölkələr arasında mübadilənin genişlənməsinə imkan vermişdir. 2000-ci ildə maşın və nəqliyyat avadanlıqlarının xüsusi çəkisi 41,5 %-ə çatmışdır. Həmçinin, ofis və telekommunikasiya avadanlıqları da yüksək sürətlə inkişaf etdirdi. Dünya ixracının mal strukturunda 1990-2000-ci illərdə onun payı orta hesabla 12 %, 2000-ci ildə isə 20 % təşkil etmişdir.

Dünya ixracının mal strukturu

Əsas mal qrupları	1937	1955	1960	1975	1980	1985	1990	1995	2000
Qida (içki və tütün da xil olmaq-la) və k/t xammalı (yanacaq istisna olmaq-la)	53,8	49,6	34,9	19,7	16,9	15,6	12,9	13,0	9,1
Mineral yanacaq	7,6	11,0	10,1	19,5	24,1	18,6	10,6	7,2	10,2
Eməldəici sənayenin məhsulu, o cümlədən	38,8	49,4	55,0	59,7	56,7	63,0	73,0	77,1	70,8
Məşinlər və nəqliyyat avadanlığı	10,6	17,0	21,1	27,9	25,6	31,1	35,3	38,6	41,5
Kimyəvi mallar	4,4	5,3	6,2	7,2	7,1	7,9	8,9	9,5	9,3
Eməldəici sənayenin digər məhsulları	23,8	27,1	27,6	24,6	24,0	24,0	28,8	29,0	20,0
Qara və əlvan metallar	10,6	7,0	9,0	7,3	6,3	5,4	5,4	5,2	4,2
Tekstil, palat	8,9	6,7	5,4	4,9	5,8	6,3	6,4	6,4	5,7

Mənbələr: Monthly Bulletin of Statistics. NY: U.N., 1997. № 5; www.wto.org. world trade in 1999, 2000-overview.

Elmtutumlu sahələr beynəlxalq ticarətə aktiv şəkildə qoşulurdu. Beləki, yüksək texnoloji məhsulun ixrac kvotası AFR-də, Fransada, Böyük Britaniyada və İtaliyada 1980-cı illərdə 30-50 % arasında, Yaponiya və ABŞ-da isə müvafiq olaraq 25-15 % idi.

Dünya enerji böhranı zamanı neftə qiymətlərin birdən artması 1970-1980-cı illərdə emaledici sənayenin payının aşağı düşməsinə səbəb olmuşdur. 1980-cı ilin ortalarından neftə qiymətlər aşağı düşür, bunun müqabilində emaledici sənaye məhsullarının istehsalı onun dünya ixracının mal strukturunda payı artır.

1980-1990-cı illərdə struktur böhranı bir sıra yeni və ən yeni sahələri (gəmiqayırma, avtomobilqayırma, radio və elektrotexnika) əhatə etmişdir və bununla əlaqədar olaraq, dünya ticarətində onların mövqeyi zəifləmişdir.

Elmi-texniki potensial ehtiyatlarından istifadə edilməsi, ictimai tələbin stimullaşdırılması, hər zaman mənəvi cəhətdən köhnəlmiş avadanlıqların dəyişməsi və ETİ-nin nailiyyətləri bazasında yeni istehsal aparatının yaradılması ancaq bu sahələrdə struktur böhranı aradan qaldırmaq, eyni zamanda dünya ixracında çuqun, polad, əlvan metallar, toxunma mallar, hazır paltar, sərnixin avtomobilləri, onların ehtiyat hissələri və digər məhsulların xüsusi çəkisini sabitləşdirməyə imkan verdi.

Sənaye mallarının aparıcı ixracatçıları maşın və nəqliyyat avadanlıqlarının ixracında liderlik edən sənaye ölkələridir. 1990-cı illərin ortalarında bu mal qruplarının xüsusi çəkisi 76,8 % təşkil etmişdir. İnkişaf etməkdə olan və bazar iqtisadiyyatına keçən və ya keçid iqtisadiyyatında olan ölkələr bu malların nəhəng idxalçıları olurlar. Bu vaxt onların ixracda payı müvafiq olaraq 21,8 % və 1,4 % təşkil etmişdir.

Maşın və avadanlıqla beynəlxalq mal mübadiləsi, əsasən, sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr arasında gedir: 1990-cı illərdə onların biri-biri ilə ticarətində bu malların payı 68,9 % idi və 27,9 % isə inkişaf etməkdə olan ölkələr idi.

Beynəlxalq ticarətin xarakterik cəhəti öz təyinatına görə oxşar olan, lakin texniki-iqtisadi parametrlərinə görə fərqləndirilən məmulatların mübadiləsidir. Məsələn, yüngül traktorların addımlayan ağırları ilə və ya təkərli traktorlara mübadilə olunması. Ona görə də sənaye ölkələrindən sənaye məhsulla-

rının ixracının genişlənməsi, eyni zamanda, məmulatların idxalının da genişlənməsilə müşayiət olunur.

Dünyada maşın və avadanlıqların ixracının artması, elmi-texniki tərəqqinin, istehsal, kommersiya və maliyyə xidmətləri ilə, həmçinin, onların yeni növlərinin: injiniringə, lizinqə, konsaltingə və s. nisbətən mübadiləsinin aktivliyini daha da stimullaşdırır.

Sənaye ölkələrinin kimyəvi mallarla ixracında payı 80,5 %, inkişaf etməkdə olan ölkələrin 15,9 %, keçid iqtisadiyyatlı ölkələrinki 3,6 %-i təşkil edir. Kimyəvi məhsulların ən iri idxalçıları – Aİ (43,6 %), ABŞ (8,3 %), Yaponiya (4,2 %), inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında Asiya ölkələri (22,1 %) və Latin Amerikası ölkələridir (5,9 %).

Müharibədən sonrakı dövrdə xammalın və mineral yanacağın payının azalması tendensiyası müşayiət olunmağa başladı. Bu ilk növbədə, xammalların maddi istehsalda rolunu azaldan istehsal güclərinin inkişafı, ikinci növbədə isə material və enerji qoruyan texnologiyaların tətbiqi, xammalın emalı dərəcəsinin dərinləşməsi ilə əlaqədardır. Nəticədə, sənaye istehsalının artma templəri yanacaq və xammalın istehlak templərini geridə qoyur.

Bu resursların iqtisadi effektivliyinin artması bir çox xammal növlərinə tələbatın azalmasına gətirib çıxardır. Sintetik xammalın istehsalının inkişafı ticarətin strukturunda kimyəvi məhsulun payının artması ilə müşayiət olunur.

ETİ nailiyyətlərinin tətbiqi sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrə özlərini xammal ilə təmin etməyə və onların ixracatçı mövqelərinin güclənməsinə imkan vermişdir. 1990-cı illərin ortalarında onların payına xammalın dünya ixracı dəyərinin - 60,5 %, inkişaf etməkdə olan ölkələrə – 33,4%, postsosialist ölkələrə isə – 6,1% olmuşdur. Xammal idxalçıları arasında ilk yerləri Aİ ölkələri (36,4 %), Yaponiya (11,6 %) və ABŞ (9 %) tutur.

Xammalın dünya bazarında həmçinin dünya ticarətinə xas olan tendensiyası müşayiət olunur ki, inkişaf etmiş ölkələr arasında mal mübadiləsi artsın.

Mineral yanacaq bazarında əhəmiyyətli yeri inkişaf etməkdə olan ölkələr tutur. Yanacağın ixracında onların payı 56,3 %, inkişaf etmiş ölkələrin 32,1 %, postsosialist respublikalarının isə – 11,6 % təşkil edirdi. Aparıcı ixracatçılar OPEK ölkələridir (38,7 %), Yaxın Şərq (22,6 %), Afrika (12,3 %) və Latın Amerikası (9,6 %). Sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr, ümumiyyətlə, yanacağın netto-idxalçılarına aiddirlər, beləki, onların dünya idxalında payı 61,7 % təşkil edir. Asiya ölkələrində (18,1 %) yanacağın idxalı artır və Latın Amerikası ölkələrinin (5,3 %) və Afrikanın (1,4 %) payı az qalır.

Ötən əsrin dünya ticarətində başlıca struktur irəliləyiş ərzağın xüsusi azalması ilə qeyd edilməlidir. Əgər 1937-ci ildə dünya ixracında onun payına 22,8 % düşürdüsə, 1995-ci ildə 8,2%, 2000-ci ildə isə 7,2% düşürdü. Bu meyilin əsasında sənaye və bütün qrup ölkələrin xalis daxili məhsulunda aqrar sektorun payının azalması kənd təsərrüfatı məhsullarının nisbətən yavaş artması baş verir. Lakin beynəlxalq bazarda ərzaq göstəriciləri kifayət qədər yüksəkdir: 1990-1995-ci illər üzrə ərzaqla dünya ixracı dəyər üzrə 1,4 dəfə artmışdır. Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin ixrac mövqeyini möhkəmləndirmək və inkişaf etməkdə olan ölkələrin dünya təsərrüfatının aparıcı mərkəzlərdən asılılığını gücləndirmək ərzaq bazarının xarakterik xüsusiyyəti hesab edilir. Əgər 1960-cı ildə sənayecə inkişaf etmiş ölkələr ərzaq ixracının 62,2 %-ni təmin edirdilərsə, 1995-ci ildə artıq 67,3 % olmuşdur. Dünya ərzaq ixracının aparıcısı ABŞ olmaqla on iri aparıcı ixracatçılara Fransa, Niderland, Almaniya, Böyük Britaniya, Kanada, Belçika və Lyuksemburq, inkişaf etməkdə olan ölkələrdən isə Braziliya daxildir. İnkişaf etmiş ölkələrin ərzaq idxalı onlarda özünütəminatmənin artması ilə əlaqədar olaraq payı azalmışdır. Nəticədə dünya bazarında ərzağa olan tələbat nisbi azalmışdır. Baxmayaraq ki, inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən bu

göstəricilər artırılır, onların çoxu ərzaq çatışmazlığı hiss edir. Lakin maliyyə imkanlarının məhdudluğu onu yerinə yetirməyə imkan vermir. Belə təsirlərin nəticəsində ərzaqla beynəlxalq ticarət çox yüksək olmayan sürətlə (3 %) inkişaf edir, ancaq dünya ixracının mal strukturunda payı çox aşağı düşür: 1937-ci ildə 53,8 %-dən, 2000-ci ildə 9,1 %-ə qədər azalmışdır.

Mal strukturuna əhəmiyyətli dərəcədə mal mübadiləsinin dəyər proporsiyaları təsir göstərir. Dünya qiymətlərinin sənaye məhsuluna və xammala nisbətdə səviyyəsində və dinamikasında fərqlər, struktur irəliləyişlərin vacib amilidir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, hər bir tərəfdən sənaye mallarına qiymətlər, digər tərəfdən isə xammala, yanacağa və qida məhsullarına qiymətlər ayrı istiqamətlənmiş hərəkətə malikdir.

Qiymət proporsiyalarının dəyişməsi ticarətin şərtlərinin dinamikasında da öz əksini tapır. İkinci Dünya müharibəsindən sonra uzun müddət ərzində (yanacağa və xammala dünya qiymətlərinin kəskin artması) sənaye ölkələri üçün əlverişli olmuşdur. 1990-cı illərdə sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin ticarət şərtlərinin indeksi yenidən kəskin şəkildə yüksəlmişdir, bu da dünya ticarətinin aparıcı mərkəzlərinin mövqelərini artırmışdır. Xarici ticarət qiymətlərinin səviyyəsi və dinamikası beynəlxalq ticarətin nəticələrinə təsir göstərir.

Xüsusi marağı inkişaf etməkdə olan ölkələrin mal strukturu kəsb edir. Onların ixracının böyük hissəsi yanacaq (neft) və xammalın üzərinə düşür. Lakin nefti əsasən OPEK üzvləri olan ölkələr qrupu ixrac edir. TMK fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi, əvvəlki müstəmləkələrin sənayeləşdirməyə yönəlməsi, inkişaf etməkdə olan ölkələrin beynəlxalq ticarətdə rolunu, payını və ixtisaslaşmasını dəyişdi.

1960-cı illərdə onların ixracında emal sənayesinin (maşın və avadanlıq, kimyəvi mallar, qara və əlvan metallurgiya), xammalın və ərzağın azalması hesabına ixracda onların payının artması meyilləri hiss edilirdi ki, bu da sənayeləşdirmə

və diversifikasiya yolunda ixracın müvəffəqiyyəti idi. Emal sənayesi məhsullarında əsas yeri yüngül sənaye tuturdu. İxracın 16 %-i onun payına düşürdü.

Bununla bərabər, emaledici sənaye mallarının payının artması, əsasən, YSÖ (Honkonq, Koreya Respublikası, Sinqapur) xasdır. Emaledici sənayenin inkişafında aktiv rolunu xarici sərmayə oynayır. TMK emaledici sənaye təşkil edərək ucuz işçi qüvvəsini istifadə edir. Bir qayda olaraq, bu ölkələrdə dar ixtisaslaşmaya malik ayrı-ayrı detallar və qovşaqlar yaradan müəssisələr yaradılır. Beləki, Amerika TMK-ları elektron sənaye sahəsində Meksikada, Sinqapurda, Tayvanda ayrı-ayrı yarımkeçirici alətlərin və integral sxemlərin buraxılması üzrə bir sıra müəssisələr yaratmışdır. Bəzi TMK-ların istehsal prosesini ayrı-ayrı hissələrə bölürlər, mürəkkəb texnologiyaları orta səviyyəyə qədər sadələşdirirlər və inkişaf etmiş ölkələrdə müəssisələr yaradırlar. Nəticədə bir çox inkişaf etmiş ölkələrdən emaledici sənayenin ixracının əhəmiyyətli hissəsi TMK firmadaxili ticarəti şəklindədir. Bununla bərabər, inkişaf etməkdə olan ölkələrdən hazır sənaye məhsullarının dünya ixracındakı payı durmadan artır. Əgər 1990-cı illərin ortalarında o, 50%-dən bir az çox idisə, 2001-ci ildə onun üzərinə artıq 70 % düşürdü.¹

Sənayeləşdirmə problemini həll edərək inkişaf etməkdə olan ölkələr yeni sənaye müəssisələrinin yaradılması üçün lazım olan maşın və avadanlığın idxalını çoxaltmaq, onların inkişaf etmiş ölkələrdən təchizat şərtlərini yaxşılaşdırmaq istəyirlər.

Beləliklə, beynəlxalq ticarətin mal strukturunda əsas dəyişikliklər aşağıdakılarda təzahür olunmuşdur:

- xammal və yanacağın payının azalması fonunda emaledici sənaye məhsulunun sayı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır;
- qida mallarının payı əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır;

¹ Вах.: Доклад о торговле и развитии. 2000 г. // Конференция ООН по торговле и развитию. ООН, Нью-Йорк, Женева, 2002.

- kimyəvi məhsullarla beynəlxalq ticarət sabit templərlə inkişaf edir;
- öz təyinatına görə oxşar, lakin texniki-iqtisadi parametrlərinə görə fərqli olan mallarla beynəlxalq mübadilə inkişaf edir;
- sadalanmış dəyişikliklərlə paralel olaraq xidmətlərlə ticarətin miqyasları genişlənir.

XXI əsrdə beynəlxalq ticarətin ərazi-mal strukturunun dinamikası

Keçən əsrin sonunu beynəlxalq ticarət gurultu ilə qarşıladı. Dünya mal ixracının payı 2000-ci ildə 12 % artmışdır. Ən böyük illik gəlir Mərkəzi və Şərqi Avropa, Baltika və MDB ölkələri (26%), Orta Şərq (46%) , Latin Amerikası (20%) kimi bölgələrə səciyyəvidir. İllik gəlirin ən yüksək göstəricilərini Rusiya – 39% və Çin 28% tutmuşdur.¹ İdxalın dünya həcmi qiymət əmsalında 6,490 mlrd. dollar, onun artımı isə 13% olmuşdur.

Beynəlxalq ticarətin yeni əsrin əvvəlində inkişafı 2000-ci illə kəskin kontrast təşkil edir, bu il istehsalın və ticarətin inkişaf göstəriciləri rekord həddə çatmışdır. Baxmayaraq ki, dünya malın dəyər həcmi 2001-2003-cü illərdə təxminən 6 % təşkil etmişdir, onun 2001-ci ildəki həcmi 2000-ci ilin səviyyəsindən 96,7% çox olmamışdır (cədvəl 15).

¹ www.wto.org, annual report, 2001

**Ölkələr qrupu və regional qruplaşmalar üzrə
dünya mal ixracının dinamikası**

Ölkələr qrupu və regional qruplaşmalar	2000 il mlrd. doll.	2001 il		2002 il		2003 il	
		mlrd. doll.	%	mlrd. doll.	%	mlrd. doll.	%
Bütün dünya	6186	5984	96,7	6272	104,8	7294	116,3
İnkişaf etmiş ölkələr	4005	3885	97,0	4055	104,3	4660	114,9
İnkişaf etməkdə olan ölkələr	1910	1813	95,0	1903	104,9	2233	117,3
Keçid iqtisadiyyatına malik ölkələr	271	286	105	314	110,0	401	127,7
Regional qruplaşmalar							
Aİ	2251	2291	101,8	2449	106,8	2901	118,4
ATES	2931	2700	92,1	2779	102,9	3136	112,8
NAFTA	1224	1149	93,8	1107	110,7	1162	105,0
ATES NATA- sız	1707	1551	90,9	1172	75,6	1974	168,4

www.wto.org.international trade statistics. 2000-2003

www.wto.org. annual report. 2001 üzrə hesablanmışdır.

2001-ci ildə dünya istehsalının inkişaf tempi son iyirmi ildə ən aşağı olmuşdur. Baxmayaraq ki, dünyanın makro-regionları üzrə nisbət fərqlidir, ümumilikdə bu beynəlxalq ticarətin inkişafında mənfi rol oynadı. Dəyər üzrə dünya mal ixracının aşağı düşməsi bütün qrup ölkələrdə hiss edilirdi. Vahid ististna keçid iqtisadiyyatı ölkələri idi ki, (Mərkəzi və Şərqi Avropa, Baltıqyanı ölkələr və MDB) bunlarda mal ixracı 5,5 % təşkil edirdi.

Beynəlxalq ticarətin region qruplaşmalarında da həmçinin, dünya mal ixracı həcmnin azalması müşahidə olu-

nurdu. Ancaq Aİ-da qruplaşmadan kənar ixrac demək olar ki, 2000-ci ilin səviyyəsində qalmışdır. İxrac ATİİ-də 7,9%, NAFTA-da 6,2% azalmışdır.

2000-ci ildə beynəlxalq ticarətin artımının ən yüksək göstəriciləri və 1990-cı illərin investisiya aktivliyinə söykənərək tələbin artımını qabaqlamışdır.

2001-ci il dünya iqtisadiyyatının xarakterik cəhətləri inkişaf etmiş ölkələrə kapital qoyuluşunun durğunluq dövrü idi ki, bu da informasiya sektorunda yüksəlmənin dayandırılması ilə əlaqədar idi. Nəticədə, bu sektora kapital qoyuluşu kəskin azaldı. Yarımkəçiricilərin satışı 2,9%, PEMV 4,6%, mobil əlaqəli telefon aparatları 3% azalmışdır.¹ İnformasiya və telekommunikasiya sektorunda tənəzzül beynəlxalq ticarətin inkişaf etmiş ölkələr qrupunda – Şimali Amerika və Yaponiya, həmçinin Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinin YSÖ-nün və bu sahədə ixtisaslaşmanın yavaşması idi.

İdarəçilik və telekommunikasiya avadanlıqlarına tələbin azalması Yaponiyanın və YSÖ-nin ixracının kəskin aşağı düşməsinə səbəb olmuşdur. Aİ ölkələrinin inkişaf sürəti 1990-cı illərdə öz yerini ABŞ-a və digər inkişaf etmiş ölkələrə verdilər.

Onlar ancaq 2002-ci ildə vəziyyətdən çıxmağa başladılar.

2001-ci ildə kapital qoyuluşunun azalması, istehsalın artım sürətinin aşağı düşməsi, anbar ehtiyatlarının kəskin azalması xarici ticarət axınına mənfi təsir göstərmişdir.

Qərbi Avropa bazarlarında tələbin zəif olması və konyunkturanın dəyişkənliyi bu ölkələrə Amerikadan mal ixracının azalmasına gətirib çıxarmışdır. İdxala nisbətən Avropa ölkələrinin ixracı çox da güclü olmamışdır. Bu vaxt Amerika böhranı Türkiyədə Qərbi Avropadan və digər ölkələrdən ixracın 25% azalmasına səbəb olmuşdur. Bununla da, Türkiyə ixracı 10 %-dən çox artmışdır. Amerikada sentyabr terror aktı ölkədə mal ixracını qəsdən azaltmışdır və bütöv-

¹ Вах.: ВТО о развитии мировой торговли в 2002-2003 гг. // БИКИ. 2002. № 73.

lükdə turizm və biznes üzrə ciddi zərbə vurmuş, həmçinin inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə mal və xidmətlərlə beynəlxalq ticarətdə özünü göstərmişdir.

Afrika, Yaxın Şərq və Orta Şərqdə beynəlxalq mübadilənin inkişaf dinamikası idxalın artması və onun ixracının artmasını qabaqlaması ilə xarakterizə olunur. Bu meyil 1999-2000-ci illərdə neftə yüksək qiymətin olması ilə əsaslandırılır ki, bu da neft dollarının axmasına imkan vermiş və 2001-ci ildə ixracın nisbətən aşağı düşməsinə baxmayaraq idxalı genişləndirməyə imkan vermişdir.

Latın Amerikasının inkişaf etməkdə olan ölkələrində iqtisadi artım ümumilikdə yüksək deyildir. 2001-ci ildə mal ixracı və idxalı müvafiq olaraq 3 % və 2 % aşağı düşmüşdür. Lakin Braziliyanın ixracı idxalın dəyişməməsi təqribən 6% artmışdır. Meksikanın ixrac və idxalı Latın Amerikasının ölkələrində daha kəskin aşağı düşmüşdür ki, bu da Meksika ixracının, əsasən, Amerika istiqaməti ilə əlaqələndirilir. Lakin 2001-ci ildə ABŞ az almışdır.

Ümumilikdə 2001-ci ildə inkişaf etmiş ölkələrin dünya mal ixracının həcmi 2000-ci il səviyyəsinə nisbətən 95 % təşkil etmişdir (cədvəl 15-ə bax).

Əks meyillər Çin, Hindistanda müşayiət edilir. Artım sürətində müəyyən geriləməyə baxmayaraq bu ölkələr müəyyən dərəcədə öz ixracını artırmışdır.

Inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə beynəlxalq mübadilənin zəifləməsi fonunda ixracın artımı müəyyən dərəcədə inkişaf etməkdə olan ölkələrə ayrılmışdır. Neftin qiymətinin aşağı düşməsinə və idxalda Qərbi Avropanın durğunluq keçirməsi və Mərkəzi-Şərqi Avropa ölkələrinin ixracının müəyyən dərəcədə bundan asılı olmasına baxmayaraq, 2001-ci ildə bu ölkələrdə mal ixracının həcmi 286 milyard dollar təşkil etmişdir. Bu regionda ixrac və idxalın real artması neft ixrac edənlər tərəfindən idxalın yüksək səviyyəsini təmin etməklə regiondaxili ticarətin aktivliyi və birbaşa xarici investisiya axını ilə əlaqədardır. Keçid iqtisadi

sadiyyatı qrupdaxili ölkələrdə xüsusilə ixracın tez artımı (10%-dən çox) MŞA ölkələrində, idxalın artımı isə neft ixrac edən ölkələrdə (Rusiya, Qazaxıstan, Azərbaycan, Türkmənistan) artım 15 %-dən 25 %-ə qədər dəyişmişdir.

2002-ci ildə dünyanın bütün ölkə qrupları üzrə beynəlxalq mübadilə canlanmışdır. Dünya ixracının dəyər həcmi 4,8 %, fiziki həcmi isə 25 % təşkil etmişdir. Lakin mütəxəssislərin qiymətləndirilməsi üzrə iqtisadiyyatın inkişaf sürəti, hələ öz imkanlarına (ildə 2%) çatmamışdır.¹

Qərbi Avropa ölkələrinin ixracının yüksək templəri Amerika dollarının kursunun əhəmiyyətli dərəcədə azalması ilə əlaqədardır, bunun üçün ixracın real artımı haqqında yalnız fiziki həcmə artırılması ilə ölçmək olar ki, bu da 0,6% təşkil etmişdir.

Ümumilikdə ixracın illik artımının dəyər həcmi ötən ilə nisbətən inkişaf etmiş ölkələrdə 4,3 % artaraq 4055 mln. dollar təşkil etmişdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə beynəlxalq ticarətin dəyər həcmində dəyişməsi Çindən ixracın 20 %, həmçinin Hindistan və Latın Amerikasından 2 %, Asiyanın inkişaf etməkdə olan ölkələrində 12,5 % artmasına təsir etmişdir.²

Bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələrin də ixracı artmağa başladı (hər il 10 %). Birbaşa xarici investisiyanın axını və daxili tələbin artması bu qrup ölkələrdə beynəlxalq mübadiləyə kömək etmişdir.

2003-cü ildə dünya təsərrüfat əlaqələrinin aktivləşməsi ABŞ-da və Asiya ölkələrində iqtisadiyyatın yüksəlməsi üzrə davam edirdi.

Beynəlxalq mübadilənin inkişafına yönəlmiş tendensiya sonrakı illərdə də inkişaf xətti ilə gedirdi. Dünya ticarətinin

¹ Вах: ОЭСР о состоянии и перспективах развития стран Еврoзоны // БИКИ. 2005

² Вах: ВТО о развитии мировой торговли в 2002-2003 гг.// БИКИ. 2003. № 56,22.05.

illik artımı 2003-cü ildə 16,3% təşkil etmişdir. Lakin ÜTT ekspertlərinin fikrincə, bu artımın 2/3 hissəsi dolların kursunun dəyişməsi nəticəsində baş vermişdir. İnkişaf etmiş ölkələr qrupunda dünya mal ixracının illik artımı 14,9%, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə 17,3% təşkil etmişdir. Ən böyük artım keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrdə müşahidə olunurdu – 27,7%. Regional qruplaşmalar daxilində ticarət canlanmışdır. Aİ-nin ümumi ixracı 18,4% artmış və 2901 mlrd. dollar təşkil etmişdir. Daxili ixracın payına 61,8% düşürdü.

ATEM çərçivəsində (NAFTA-sız) beynəlxalq ticarət 2002-ci ildə əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır. Lakin 2003-cü ildə 2000-ci ildəkindən 1,5% çox olmuşdur. 2002-ci ilə nisbətən illik artım 68,4% təşkil etmişdir. Onun daxili ixracının payı ən yüksəkdir – 82 %.

2003-cü ildə NAFTA-nın illik gəliri əvvəlki ilə nisbətən iki dəfə azalaraq 5% təşkil etmişdir. Bu qruplaşmaya daxil olan ölkələrdən gələn mal ixracının ümumi həcmi 1162 mlrd.dollar təşkil etmişdir, onlardan 651 mlrd. dolları (56%) daxili ixracın payına düşür.

2002-ci ildə birincisi, dünya ticarətində vəziyyətin yaxşılaşması və Asiya ölkələrindən bu ölkəyə idxalın artması 5,5%, Qərbi Avropa ixracının dəyərəcə həcmnin artması bu region ölkələrinin vəziyyətdən çıxması ilə əlaqədardır. İkincisi, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə xarici investisiyanın daxil olmasının artması və elektrik enerji daşıyıcılarına tələbin artmasıdır. Belə ki, Çinin neftə olan tələbi 11 % artmışdır. ÇXR-nın ekspertlərinin qiymətləndirilməsinə görə, Çin faktoru ümumdünya illik tələbin üçqat artması ilə əlaqələndirilir. Həmçinin ABŞ-da da neftə tələb artmışdır. Nəticədə neftin idxalı 7,5% yüksəlmişdir. Neftə olan tələbin aktivləşməsi onun ixracının da keçid iqtisadiyyatı ölkələrindən və Afrikadan aktivləşməsinə doğurmuşdur.

2003-cü ildə beynəlxalq mübadilənin xarakterik cəhəti qiymətlərin artmasıdır. Xarici ticarətin məhsulları orta hesabla 10,5%, mineral yanacaq 16% bahalaşmışdır. Digər

təbii xammal növləri və yenidən-təkrar emal edilən mallar 7%, o cümlədən metal 12% bahalaşmışdır. Emal sənayesi məmulatlarının qiyməti valyuta kursunun titrəyişindən asılı olaraq dəyişmişdir. Dünya üzrə orta hesabla emal sənayesi məhsulları 10% bahalaşmışdır.¹

Dünya qiymətinin dəyişməsi və valyuta kursunun titrəyişi ölkə və regionların xarici ticarətinin inkişafına ciddi təsir etmişdir. MAO-dan və Afrikadan, Baltikyanı ölkələrdən və MDB-dən idxal müvafiq olaraq 23,6 və 27,7% yüksəlmişdir. Nisbətən belə artım, əsasən, dolların kursunun dəyişməsi ilə müəyyən edilir. Qərbi Avropa üçün bu göstərici gizli olsa da 18,4%² aşağı idi və həmin səbəblərlə izah edilirdi. Almaniyada avronun bahalaşması ABŞ-ı sıxışdıraraq dünyada aparıcı ixracatçılar siyahısında birinci yerə çıxmışdır. Bununla belə, ABŞ keçmişdə olduğu kimi dünya ticarətində də üstünlüyü qoruyub saxlayır.

2004-cü ildə dünya iqtisadiyyatı on ildən artıq bir müddətdə iqtisadi artım 10% olmaqla özünün ən yüksək həyəcanını keçirmişdir. Yüksək iqtisadi inkişaf dünyanın bir neçə makroregionunda hiss edilirdi. Belə ki, Asiyanın inkişaf etməkdə olan ölkələrində və MDB-də ÜDM-lun artımı 7-8%, Cənubi Amerikada 6%, Afrika və Yaxın Şərqdə 4%-ə yaxın, Şimali Amerikada 6% təşkil etmişdir. İqtisadiyyatda yüksəliş istehsal sferasında sürətlənməni və beynəlxalq ticarətin dinamik inkişafını stimullaşdırırdı. Nəqliyyat ticarətində qlobal dövriyyə 9% artmışdır.

2002-ci il üçün Qərbi Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatı əhəmiyyətli dərəcədə canlanmışdır, bu, sonrakı illər ərzində ölkələrin xarici ticarətini və ümumdünya ticarətini aktivləşdirirdi, beləki Qərbi Avropa bölgəsinə dünya ticarətinin 45%-i düşürdü. Aİ-nin genişlənməsi ilə əlaqədar, bu gün onun üzərində Avropanın xarici ticarətinin 90%-indən çoxu düşür.

¹ Вак.: Тенденции развития мировой торговли в 2003 г.// БИКИ. 2004. № 47. 24.04

² www.wto.org.international trade statistics. 2002-2003

Bir qədər bundan əvvəl Aİ-yə daxil olmuş on ölkənin artımı 2004-cü ildə 30% təşkil etmişdir, bu Aİ-nin köhnə üzvlərinin artımından çoxdur. Aİ yeni üzvlərinin mal ixracında payı 7% təşkil etmişdir.

2002-2004-cü illərdə beynəlxalq mübadilənin səciyyəvi halı Çin dünya ticarətində aparıcı ölkə kimi irəli çıxması olmuşdur. Çin Yaponiyanı ixracın həcminə görə (293,4 mlrd. dollar) və Fransanı idxalın həcminə görə (561,4 mlrd. dollar) dördüncü yerə «sıxışdırmışdır». Çinin payına dünya ixracının 6,5%-i düşür (ABŞ 9%, Almaniya 10%), ixracın illik artımı 35%-dir.

Latin Amerikasının mal ixracı 2004-cü ildə 28% artaraq 238 mlrd. dollar təşkil etmişdir, baxmayaraq ki, 2000-ci ildəki səviyyəyə (359 mlrd. dollar) nail olmamışdır. Artımın stimuluna Latin Amerikası ölkələrinin yanacaq, metal, kənd təsərrüfatı məhsullarına və digər malara tələbin artması xidmət edirdi. Əmtəə ixracından gəlirin artımı (Braziliya, Çili, Venesuela) 30%-i keçmişdir.¹

İnkişaf etməkdə olan Afrika və Yaxın Şərq ölkələrində mallarla xarici ticarətin vəziyyəti əsasən neft faktoru ilə müəyyən edilir. 2004-cü ildə Afrika qitəsində neft çıxarılması 10 %, lakin Yaxın Şərq regionunda 7% artmışdır. Bu, müvafiq olaraq, mal ixracını 31 % və 26 % artırmağa imkan vermişdir ki, bu da bütün dünya üzrə dövrüyyədən yüksəkdir.

Eyni vaxtda 2001-2004-cü illərdə yenə də beynəlxalq mübadilədə qeyri-bərabər iştirak saxlanmışdır. Məsələn, neft faktoru hesabına 2004-cü ildə Çaddan ixrac 4 dəfə artdığı halda Zimbabvedə əvvəlki il səviyyəsində qaldığı halda, Kot-d İvuaradək aşağı düşmüşdür. Bir sıra neft çıxaran ölkələr (Anqola, Liviya, Nigeriya, Sudan, Ekvatorial Qvineya) hasil etdikləri neftin 3 hissəsini çıxarmağa nail olmuşlar. 2004-cü ildə neft hasil edən ölkələrdə mal ixracı 28 %-dən çox artmışdır.

Mərakeş və Mavriki ancaq məhdudlaşdırılmış nailiyyət əldə edə bildilər, beləki, Qərbi Avropa balıq və hazır paltarın

¹ Вах.: ВТО о развитии мировой торговли в 2004 г. // БИКИ. 2005. № 89.09.08

təchizində ciddi çətinliklər hiss edirdilər. CAR dollarla hesablanmaqla ixracı təqribən 25% artırmışdır ki, valyuta kursu və qiymət inkişafın əsas faktoru kimi xidmət edirdi. 2003-2004-cü illərdə rendanın möhkəmləndirilməsi xaricdən dollara ekvivalent olaraq alış 2004-cü ildə 15% yüksəlmişdir.¹ Afrika üçün tətbiq edilən imtiyaz Uqanda, Həbəşistan, Namibiya və Qana kimi ölkələrə ABŞ-a hazır paltarın ixracını iki dəfə artırmaq imkanı verdi. Afrika ölkələrinin xarici ticarətinin inkişafı Çinin oradan pambıq almağına imkan vermişdir ki, bu da 223 mlrd. dollardan 650 mlrd. dollara qədər yüksəlmişdir.

Asiyanın xarici ticarəti dünya templərindən yüksək templərlə inkişaf etmişdir. Asiyanın inkişaf etmiş ölkələrinin mal ixracatı 25% artmış və 2385 mlrd. dollar təşkil etmişdir.²

2000-2004-cü illərdəki ticarətin coğrafi strukturası keçən əsrdəki olan tendensiyaları nümayiş etdirir (cədvəl 16).

Cədvəl 16

Dünya ixracının coğrafi strukturu, %-lə qara

Ölkə qrupları və regional qruplaşmalar	2000	2001	2002	2003
Bütün dünya	100	100	100	100
İnkişaf etmiş ölkələr	65,0	65,0	64,7	63,9
İnkişaf etməkdə olan ölkələr	31,0	30,3	30,3	30,5
Keçid iqtisadiyyatına malik ölkələr	4,0	4,7	5,0	5,6
Regional qruplaşmalar	36,4	38,3	39,0	39,8
Aİ	47,4	45,1	44,3	43,0
ATES	83,8	83,4	75,3	82,8
NAFTA	19,8	19,2	17,6	15,9
ATES NATA-sız	27,6	25,9	18,7	27,1

www.wto.org/international trade statistics. 2000-2003 əsasən hesablanmışdır.

¹ Вах: ВТО оразвитии мировой торговли в 2004 г.// БИКИ. 2005 № 89.09.08

² Yəni orada

Həmişə olduğu kimi, dünya mal ixracının əsas hissəsi inkişaf etmiş ölkələrin payına düşür. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin payı 30,3-31% arasındadır. Yeni sənaye ölkələrinin mal ixracı mütləq göstəricilərlə dinamik artır. XX əsrin axırlarında keçid iqtisadiyyatlı ölkələrin beynəlxalq ticarətdə aktiv iştirak etməsi inkişaf etməkdə davam edir. 2004-cü ildə dünya mal ixracında onların payı 5%-i ötmüşdür.

Hal-hazırda Yaponiyanın Asiya ölkələri ilə mal mübadiləsi onun ABŞ və Aİ ilə ticarətinin həcmindən çoxdur. ABŞ-in Yaponiyanın iqtisadi partnyoru kimi rolu getdikcə azalır. 2002-ci ildə Yaponiya ilk dəfə Çindən ABŞ-a nisbətən daha çox mal gətirdi (cədvəl 17).

Cədvəl 17

Yaponiyanın ABŞ, Aİ ölkələri və Asiya ilə 2002-ci ilə ticarəti, mlrd.dollar

Xarici ticarət	ABŞ	Aİ	Asiya ölkələri
İxrac	124,0	64,0	187,7
İdxal	60,2	45,8	153,4

Mənbə: Yaponiyanın Maliyyə Nazirliyi; BİKİ. 2003. №30, 15.30

Yaponiya şirkətləri gəlirin dövriyyəsinə, əsasən, öz xarici fəaliyyətinə görə artırır. Özü də istehsal gücləri xaricdə yerləşən 90% yapon firmaları Asiya ölkələrində, ilk növbədə

isə Çində yerləşmişdir. $a_2 - a_1 \quad aa \frac{wee}{ffg} \quad fff = \frac{ff}{g}$

Afrika ixracı tədricən Avropa bazarından Asiya və Şimali Amerika bazarlarına yönəlir. Beləki ABŞ və Yaponiyaya təchizatlar müvafiq olaraq 44% və 35%, Avropaya isə yalnız 14% artmışdır.

Əsas mal axınları yenə də inkişaf etmiş ölkələr arasındadır. XXI əsrin səciyyəvi halı Yaponiyanın xarici ticarətinin yeni marşrutları olmuşdur, bu da onun xarici ticarət pari-

tetlərini kardinal şəkildə dəyişdirir. Öz əsas ticarət partnyorları ABŞ və Qərbi Avropadansa Yaponiya bu gün inkişaf etməkdə olan ölkələri və Çini üstün tutur.

Baxmayaraq ki, ABŞ dünya ixracatçılarının siyahısında birinci yeri tutmaqda davam edir, dünya idxalında ölkələrin payı müəyyən qədər ixracdan üstündür, başqa sözlə, ixracı qabaqlayır və möhkəm artım meyilinə malikdir. Belə bir vəziyyət bu ölkənin xarici ticarətində mənfi halların olduğundan xəbər verir. 2003-cü ildə ödəmə balansının defisitliyi 542 mlrd. dollar və ya 4,9% təşkil etmişdir.¹

2004-cü ildə faiz münasibətində xarici ticarət defisitliyi sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdən – 617,7 mlrd. dollar (ÜDM-in 5,3%-i) yüksək olmuşdur. ABŞ ixracında defisitliyin yerini doldurmaq üçün ixrac idxaldan 58% tez artmalı idi. Lakin 2004-cü ildə ixrac 17, idxal isə 8% artmışdır. Mütəxəssislər ABŞ-in ödəmə balansında defisitliyin sonrakı illərdə artacağını proqnozlaşdırır. 2005-ci ildə ola bilər ki, ÜDM 6,3%, 2006-cı ildə isə 6,2% təşkil etsin.²

İxracın mal strukturunun dinamikası göstərir ki, 2001-ci ildə mal ixracının ümumdünya dəyər həcminin azalması üç əsas mal qrupu üzrə – kənd təsərrüfatı məhsulları, mineral xammal və sənaye qrupunun malları üzrə olmuşdur (cədvəl 18).

¹ Вах.: «Economist» о мировом экспорте // БИКИ. 2005. № 73.02.07.

² Вах.: Дефицит внешней торговли США достиг рекордного уровня // БИКИ. 2005. № 25.01.03

Dünya ixracının mal strukturunun dinamikası

Mal qrupları	2000 il mlrd. doll.	2001 il		2002 il		2003 il	
		mlrd. doll.	%	mlrd. doll.	%	mlrd. doll.	%
Bütün mallar*	6186	5984	96,7	6272	103,1	7294	118,2
K/t məhsulları və xammal	5580	547	98,0	583	106,5	674	115,6
Hasilat sənayesi məhsulları	813	790	97,2	788	99,7	960	121,8
İstehsal malları, o cümlədən maşın və avadanlıqlar	4630	4477	96,7	4708	105,2	5437	115,5
		2453	95,6	2539	103,5	2894	114,0
Toxunma mallar	157	147	94,0	152,0	103,4	169	111,2
Paltar	199	195	98,0	201,0	103,1	226	112,4
Digər istehlak malları	541	525	97,0	553	105,1	644	116,5

• dünya mal dövriyyəsindən təqribən 3% təşkil edir və malların təsnifləşdirilməsinə aid olmayanlar.

• www.wto.org. annual report. 2000,2003 - üzrə hesablanmışdır.

2001-ci ildə mal strukturu dinamikası dünya mal ixracının aşağı düşməsinin ümumi meyilini əks etdirir. 2005-ci illə müqayisədə satış bütün mal qrupları üzrə ixracın həcmi 2%-dən (kənd təsərrüfatı məhsulları və xammal) 6%-ə qədər (parça) azalmışdır. Bununla da, müxtəlif malların xüsusi müqayisədə az dəyişmişdir (cədvəl 19): 0,1% yeyinti məhsullarının, 0,2% mədənçıxarma (filiz və yanacaq – 0,1%), 0,2 avtomobil, 0,6% maşın və avtomobil avadanlıqlarının payı artmışdır.

2002-ci ildə mədənçıxarma sənayesi istisna olmaqla bütün qruplarda malların artması baş vermişdir. Lakin 2003-cü ildə onun ixracının dəyər həcmi 21,8% təşkil etmişdir. 2000-ci illə müqayisədə o 1,2 dəfə artmışdır.

Dünya mal ixracının dəyər həcmi müəyyən dərəcədə qiymətin hərəkətinə, valyuta-mübadilə kursuna və tələbin dəyişməsinə təsir göstərir. Neft və metalların yüksək qiyməti 2004-cü ildə bu malların dünya ixracında payının artmasına imkan vermişdir. Elektron texnikasına (PEVM, yarımkeçiricilər, yüklük telefonlar) dünya tələbinin artmasında Cənub və bir sıra yeni və ya nisbətən yenilənmiş məmulatlar (məsələn, rəqəmli fotoaparətlər) idarəçilik və telekommunikasiya avadanlıqları, elektron texnikası ixrac edən ölkələrin (o cümlədən, Tayvan, Koreya Respublikası, Malayziya, Sinqapur) xarici ticarətini nisbətən aktivləşdirmiş və onların dünya ixracında mal strukturunda payını artırmışdır.

Beləliklə, sənaye məhsulunun dünya ixracının strukturunda mal qrupu daxilində yüksək texnoloji məhsullar içərisində payının artırılması meylə saxlanılır. 2000-2004-cü illərdə bu məhsulların xüsusi çəkisi orta hesabla dünya mal ixracının ümumi həcmindən 85%-ni, telekommunikasiya və ofis avadanlıqlarının 13,8%-ni təşkil etmişdir.

Cədvəl 19

Dünya ixracının mal strukturunu

Mal qrupları	2000	2001	2002	2003
Bütün mallar	100	100	100	100
K/t malları və xammal	9,0	9,1	9,3	9,2
qida	7,2	7,3	7,5	7,5
xammal	1,9	1,8	1,8	1,8
Hasılat sənayesi məhsul-ru	13,1	13,3	12,6	13,1
filizlər	1,0	1,1	1,0	1,1
yanacaq	10,2	10,3	9,8	10,3
əlvən metallar	1,9	1,9	1,8	1,7
İstehsal malları	74,9	74,8	75,1	74,5
dəmir və polad	2,3	2,2	2,3	2,5
kimya	9,3	9,9	10,5	10,9
yarımfabrikatlar	7,3	7,2	7,3	7,2
avtomobil	9,2	9,4	9,9	9,9
ofis və telekommunikasiya avadanlığı	15,2	13,8	13,4	12,8

digər maşınlar və avadanlıqlar	17,1	17,7	17,2	17,0
toxuculuq	2,5	2,5	2,4	2,3
geyim	3,2	3,3	3,2	3,1
Digər istehlak malları	8,8	8,8	8,8	8,8
Təsnifata uyğun olmayan mallar (dünya mal mübadiləsinin 3% təşkil edir)	3,0	2,8	3,0	3,1

www.wto.org. annual world trade report. 2000,2003 - üzrə hesablanmışdır.

Beləliklə, ümumdünya mal ixracı strukturunda sənaye mallarının payının çoxalması, mallar içində yüksək texnologiyalı malların tendensiyası sabit olaraq qalır. Bu dəyişikliklər ilk növbədə praktiki olaraq bütün ölkələrdə emal sənayesinin dinamik inkişafı, ETİ və ETR təsiri altında buraxılan nomenklaturanın kəskin genişlənməsi və emaledici sənayenin məhsuluna durmadan olan artımla bağlıdır. İkinci növbədə, iqtisadiyyatın bütün sahələrində əsas sərmayənin yeniləşmə müddətlərinin qısalması. Üçüncüsü, isə dünyanın aparıcı TMK-rın mürəkkəb elmtutumlu texnikanın yaradılması sahəsində konsentrasiyası ilə əlaqədardır.

Dünya ixracında xammalların və yanacaq-enerji mallarının payının artması tendensiyası mövcuddur, lakin kimya məhsullarının payı durmadan artır: 2000-ci ildə 9,3%, 2003-cü ildə 10,95 olmuşdur.

Ölkələrin xarici ticarətinin vəziyyətini təhlil edərək yadda saxlamaq lazımdır ki, xarici ticarətdə ixracın (FOB qiymətləri bazasında) və idxalın (CİF qiymətləri əsasında) hesablanması praktikası mövcuddur. Bunun üçün dünya ixracının dəyəri həmişə dünya idxalının dəyərindən az olur.

Beləliklə, yeni əsrdə beynəlxalq mübadilə dinamik inkişaf edir, keçmiş tendensiyaları qoruyur və yeni cizgilər əldə edir.

FƏSİL 9. DÜNYA MAL BAZARI

Xammalla ticarət

Mineral xammal beynəlxalq ticarətin mühüm kateqoriyası olmaqla bütün hazır məhsulun dəyərində yüksək xüsusi çəki təşkil edir. Məsələn, əsas kimyəvi sintez məhsullarının dəyərində o, 90 %-ə çatmışdır. Mineral resursların başlıca xüsusiyyəti onların qeyri-bərabər yerləşməsidir. Buna görə də, onların əsas ehtiyatı və çıxarılması azsaylı dövlətlərdə cəmləşmişdir. Bundan başqa, mineral xammalın istehlakı yüksək səviyyədə mərkəzləşdirilmişdir. Hətta, mineral xammalın istehsalı, bir qayda olaraq, ərazi baxımından onun əsas istehlakçılarının yerləşdiyi yerlə uyğun gəlmir. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələr və dünyada 30 % qeyri-yanacaq xammalı 25 % isə neft istehsal edir, lakin həmin ölkələr 60% qeyri-yanacaq xammalı, 60 % neft və bir qayda olaraq 50 % təbii qaz və istehlak edirlər. Məsələn, Aİ öz istehlakçılarının mineral xammala olan tələbinin ancaq 2/3 hissəsini ödəyə bilər və onların özünün mineral xammal hesab edilən dəmir filizi, civə, kalium duzları və digər mineral xammal növləri kifayət qədərdir. Bundan başqa, Yaponiya sənayesinin mineral xammalla özünü təmin etməsi aşağı səviyyədədi – 1/3-ə yaxın.¹

Beləliklə, mineral resursların istehsalı və onların istehlakı arasında böyük fərq müşahidə olunur, bu da dünya və regional bazarların onun paylanmasına səbəbdir. Dünya bazarından dünyada istehsal olunan 80-100% molibden, uran, nikel, platin filizləri, kalium duzları, nadirtorpaq filizləri, niobium, tantalın, qızıl, almazlar keçir. İxrac olunan neftin payı onun istehsalının 55%-ni təşkil edir. İri həcmdə dəmir (dünya istehsalının 46%), volfram (44), miss (43) və marqanes

¹ Вах: Ломакин В.К. Мировая экономика. М.: Юнити, 2004.

(38%) filizləri, sink (37%), təbii qaz (33%) alüminium, xrom, qurğuşun və digər filizlər və konsentratlar.

Böyük istehsal potensialı olmayan bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün xammalın təchizatları ixrac gəlirlərinin əsasını təşkil edir.

Məsələn, Zambiya və Konqo Demokratik Respublikası mis ixracından müvafiq olaraq 90% və 60% xarici gəlir əldə edir, Mavritaniya – dəmir filizinin satışından 70%-dən çox, Qvineya isə boksitlərin təchizatından təxminən 70% gəlir əldə edir.

Mineral xammalın yüksək ixracatı nəticəsində onun payı ümumdünya mal ixracında 19% təşkil etmişdir.

Mineral xammalla ticarətdə təchizatların 53% yanacaq, ilk növbədə, neft və neft məhsulları tutmuşdur.

Dünya neft bazarının xüsusiyyətləri

Dünyanın neft sənayesinin əsas xüsusiyyəti hasilat rayonları ilə istehlak rayonları arasında ərazi bölünməsidir. Beləki, iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin dünya neft hasilatında payı 25%, istehlakında isə 60% təşkil etmişdir. Digər tərəfdən, inkişaf etməkdə olan ölkələrin neftin dünya istehsalında payı 60% təşkil edir, lakin onlar 25%-dən çox istehlak etmir. Bütün neftin 41%-ni istehsal edən OPEK ölkələri cəmi 7% neft və neft məhsulları istifadə edirlər, bu da MDB və Çindən bir az çoxdur. Bu cür vəziyyət bu xammalla ticarətin böyük miqyaslarına səbəb olur. Beləki 2002-ci ildə neft ilə dünya ticarətinin həcmi 413 mlrd. dollar təşkil etmişdir, bu da ümumdünya mal dövriyyəsinin 3,8%-dir.

Cari onillikdə beynəlxalq ticarət kanalları ilə, tankerlərdə, borularda və sisternlərdə dünyada hasil olan neftin 45-55%-i gedir. Neftlə ixrac-idxal əməliyyatlarında yüzminlərlə adamın işlədiyi başlıca dünya ölkələri, minlərlə şirkətlər

iştirak edir. Lakin bir çox əməliyyatlar yaxşı gəlir əldə edən ən iri dövlət və özəl TMK-lar tərəfindən həyata keçirilir.

Neft ixrac edən ölkələr üçün o, ən vacib, iri, hətta arabir nəinki büdcənin vəziyyətindən və investisiyanın həcmindən, eyni zamanda, ölkənin iqtisadi vəziyyətindən, əhalinin rifahından asılı olan valyutanın daxil olmasının vahid mənbəyidir. Cari onilliyin başlanğıcında, məsələn, bütün inkişaf etməkdə olan dövlətlərin ixracının dəyərinin ümumi məbləğinin 1/5-i neftin payına düşürdü. Hətta, böyük iqtisadi gücə malik olan Böyük Britaniya üçün neftin gətirilməsi ixrac gəlirin 4%-dən çoxunu, digər iri Avropa neft ixracatçısı üçün 34%-dən çoxunu gətirən Norveç üçün böyük əhəmiyyət kəsb edirdi.

Lakin, qeyd etmək lazımdır ki, son illərdə iri neft ixrac edən ölkələrin sayı, onların bazarda vəziyyəti beş-on ölkənin müqayisəsi ilə müəyyən edilir. Belə ki, BMT-nin illik statistikasında («Commodity Trade Statistics Yearbook») xarici bazara neft göndərən 50 ölkə üzrə məlumatlar gətirilir, bununla da 2000-ci ildə on aparıcı neft ixracatçılarının dünya ixracında dəyəri 78,2%, birinci beşinsinin ki, 56,5% düşürdü.

Lakin, qeyd etmək lazımdır ki, son illər nisbətən iri neft ixracatçılarının artmasına baxmayaraq, bazarda vəziyyəti hələ də beş-on ölkə təyin edir. 2004-cü ildə xam neftin dünya ixracı 1855 mln. ton təşkil etmişdir. Təxminən yarısı (46%) Yaxın Şərq, 16,8%-i Şimali və Qərbi Afrika ölkələrinin payına və 14% keçmiş SSRİ ölkələrinin payına düşür. Nəzərə almaq lazımdır ki, bugünlər ən iri neft ixracatçıları arasında yeddi inkişaf etməkdə olan (Səudiyyə Ərəbistanı, İran, Venesuela, BƏƏ, Nigeriya, Meksika, Küveyt), bir keçid iqtisadiyyatına malik ölkə (Rusiya) və yalnız iki sənayesi inkişaf etmiş ölkə (Norveç, Böyük Britaniya) vardır.

2004-cü ildə xam neftin idxalı da 1855 mln. ton təşkil etmişdir. Əsas regionlar üzrə o aşağıdakı kimi bölünmüşdür: Avropa – 27,4%, Asiya – 59,3%, Amerika – 31,6%, Afrika – 2,0%, Avstraliya və Okeaniya 1,3 %. Əsas neft alıcıları siyahısına ABŞ (dünya idxalının 27,1%) və Yaponiya (12%)

daxildir. Bura həmçinin Qərbi Avropanın beş ölkəsi (Almaniya, İtaliya, Fransa, Hollandiya, İspaniya), Çin və Asiya-nın yeni sənaye ölkələrinin iki nümayəndəsi – Koreya Respublikası və Sinqapur daxildir. Neft idxalçılarının ikinci onluğunda nöinki inkişaf etmiş ölkələr (Belçika, İsveç, Kanada), bəzi inkişaf etməkdə olan (Braziliya, Hindistan, Türkiyə) ölkələr də vardır. Neft ilə dünya ticarətinə nəzarət edən vacib beynəlxalq təşkilat Neft ixracatçıları ölkələrinin Təşkilatıdır (OPEK). Lakin neft istehlakçıları olan ölkələr ticarət şərtlərinə istehsalçı ölkələrdən az təsir göstərmir.

Dünya neft ticarətinə nəzarət mühüm beynəlxalq təşkilat neft ixrac edən ölkələrin təşkilatı – OPEK hesab edilir, lakin neft istehlak edən ölkələr isə səmərəli baxımdan onun ticarətinə neft istehsal edən ölkələrin nəzarətindən aşağı olmayan nəzarət edirlər. Belə ki, 1973-1979-cu illərdə enerji böhranından sonra enerji təchizatı siyasətinin aparılması nəticəsində inkişaf etmiş ölkələr enerji təchizində neftin payını 45%-dən 38%-ə qədər azaltmışlar. İnkişaf etmiş ölkələrin təsiri altında dünya bazarına əsas neft göndərəninin sayı və tərkibi dəyişmişdir. Məsələn, OPEK-ə üzv olan ölkələrin payı XX əsrin ikinci yarısında 85%-dən 40%-ə düşmüşdür.

Neft ilə dünya ticarətində dəyişikliklər ötən yüzillik ərzində mütəmadi olaraq davam etmişdir. 1970-ci ilə qədər neft bazarı ən monopollaşmış bazarlardan biri idi. Hakim mövqeyi yeddi aparıcı TMK tuturdu (beş amerikan, bir ingilis və bir ingilis-hollandiya), o «yeddi bacı» adı almışdır və 1920-1930-cu illərdə beynəlxalq neft kartelinə (BNK) birləşmişdir. Sənayesi inkişaf etmiş ölkələrdən olan istehlakçıların maraqlarından beynəlxalq neft şirkətləri neftə qiymətləri sərt şəkildə barrelə görə 1,5 – 3 dollar məbləğində saxlayırdı. Bu vaxt neftin hasilatı əsasən ABŞ, SSRİ, Venesuela, Meksika, İranda həyata keçirilirdi. İkinci Dünya müharibəsindən sonra Yaxın və Orta Şərq ölkələrində (Səudiyyə Ərəbistanı, İraq, Küveyt), SSRİ və həmçinin Afrikada neftin hasilatı artmağa başlamışdır.

1960-cı ildə Beynəlxalq neft kartelinə qarşı olaraq o vaxtlar xam neftin ixracının 80%-nə sahib olan Venesuela, İraq, İran, Küveyt, Səudiyyə Ərəbistanı neft ixracat edən ölkələrin təşkilatını yaratdı (OPEK). Sonradan bu təşkilata Əlcəzair, Qabon, İndoneziya, Qətər, Liviya, Nigeriya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Ekvador daxil oldular. Sonradan Ekvador (1992) və Qabon (1996) təşkilatdan çıxdılar. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə neft resurslarına, onun çıxarılmasına və qiymətlərə nəzarət tədricən OPEK-in üzvlərinə keçdi. Neftlə beynəlxalq ticarətin forma və metodları dəyişmiş, nisbətən rəqabətli bazar strukturunun formalaşmasına başlanılmışdır. Dağılmış konsesasion razılaşmaları neftin çıxarılmasında iştirak etmək və məhsul bölgüsünə görə razılaşma əvəz etmişdir.

Faktiki olaraq OPEK enerji sahəsində dövlətlərarası nizamlanmaya əsas qoymuşdur. 1970-ci ilin əvvəlinə onun üzvlərinə təsdiqlənmiş neft ehtiyatlarının 70%-i düşürdü, hasilatın 60%-i və bazar iqtisadiyyatı ölkələrində yanacağın emalının və satışının 50%-dən çoxuna sahib olmuşlar. 1970-1980-cı illərdə OPEK üzvlərinin öz ərazisində olan neftə sərəncam verməyə dair mübarizəsi neftə olan qiymətlərin kəskin artmasına və enerji böhranına səbəb olmuşdur. Aparıcı neft idxalçılarına OPEK-dən asılılığın azalması yolları axtarılmğa başlanılmışdır. ABŞ-da (Alyaskadakı yataqların öyrənilməsi hesabına), Qərbi Avropa ölkələrində, əsasən də, Böyük Britaniyada və Norveçdə (Şimal dənizində yeni yataqların işlənməsi) SSRİ-də (Qərbi Sibir yataqlarının kəşv edilməsi) neft hasilatı artmışdır. 1980-cı ilə Yaxın Şərq ölkələrinin artıq neft ixracında payı 54%, ABŞ və Venesuellanın payı isə – 4% təşkil edirdi. Həmçinin Şimali və Qərbi Afrikanın payı artmağa başlamışdır. Ən iri ixracatçılardan biri SSRİ olmuşdur – 1980-cı ildə dünya ixracının 6,3%-ni təşkil etmişdir.

İnkişaf etmiş ölkələrin OPEK-dən asılılığının aşağı salınmasına cəhd göstərilməsi ilə əlaqədar olaraq 2004-cü ildə vəziyyət nisbətən dəyişilmiş, Yaxın Şərq ölkələrinin payı

azalmış və dünya ixracında 46% təşkil etdiyi halda keçmiş SSRİ-nin xüsusi çəkisi 14%-ə çatmışdır.

Son 25 ildə dünya idxalının əsas inkişaf coğrafiyasını ümumiləşdirərək təbii qazdan bir çox sferalarda istifadə olunması ilə əlaqədar neftə olan tələbin nisbətən azalması, xüsusi neft çıxarmanın artması Avropada onun xüsusi çəkisinin aşağı düşməsinə diqqət yetirilməlidir. Avropanın dünya idxalında payı 37,9%-dən 27,4%-ə qədər aşağı düşmüşdür. Enerjiyə qənaət siyasəti, həmçinin iqtisadiyyatın struktur dəyişikliyi ilə əlaqədar olaraq Yaponiyada da neftin idxalının azalması da xarakterikdir. Yaponiyada baxılan dövrdə neftin dünya idxalında xüsusi çəkisi 15,4 % -dən 11,3%-ə qədər azalmışdır. ABŞ-nin xüsusi çəkisinin (20,8%-dən 27%-ə qədər) və öz neft istehsalının azalması tələbin artması, həmçinin Asiyanın SİO-nin iqtisadi inkişafın sürətlənməsi və SSRİ-nin keçmiş respublikalarının sayında bazarda yeni alıcıların baş verməsi nəticəsinin qeyd edilməsi məqsədəuyğun olardı.

Ümumiyyətlə, dünya neft bazarının xüsusiyyəti onun hazırkı vaxta qədər mərkəzləşmə və təmərküzləşmənin yüksək səviyyədə saxlamasıdır. 24 iri neft şirkətinin (12 iri neftçıxarma və 12 iri neft emalı) payı dünya neft istehsalında 61% və neft emalında 45% təşkil edir.

Neftlə dünya ticarətində başlıca meyillər içərisində inkişaf etməkdə olan ölkələrin ixraca göndərdikləri xam neftin payının aşağı düşməsinə və bu qrup ölkələrdə özlərinin neft emalının inkişafını qeyd etmək lazımdır.

Neft bazarının təşkilati formaları, ticarət metodları və qiymətin formalaşdırılması

Neftə olan qiymətlər-neftin hasilatının artmasına və onun emalının çoxalmasına səbəb olan vacib amillərdən biridir. Onların dəyişməsi digər mal istehsalının vəziyyətində də öz sözünü deyir.

Dünya neft bazarının xarakterik cəhəti ondan ibarətdir ki, istehsalçılar və istehlakçılar münasibətlərin məzmunu planında eyni zamanda ticarət formasında miqdarca artmaqla yanaşı, keyfiyyətcə dəyişir.

Dünya bazarında neftin qiymətinin hərəkət etməsinə heç də həmişə proqnozlaşdırılan səbəblərə davam gətirə bilməyən siyasətlə müəyyən edilir və beynəlxalq neft inhisarçıları, onun əsas istehsalçıları böyük rol oynaya bilər. Belə ki, dünya bazarına artıq miqdarda neft təklif olunması, qiymətin süni olaraq aşağı düşməsinə təhrik edir və neft istehsalçılarının bir hissəsi təqdim olunan neftin ümumi miqdarını artırmaq hesabına böyük valyuta gəliri almağa səy göstərir.

Bu vaxt neft və neft məhsullarının satışında, yüksək istehlak tələbünün yaradılmasında, bəzi hallarda neft məhsullarında qiymətin səviyyəsinə dövlətin nəzarətinin məhdudlaşdığı hallarda beynəlxalq neft inhisarçıları neftin və onun emal məhsullarının qiymətinin artmasını dayandırmaq siyasəti aparır. Qeyd edilməlidir ki, nə vaxt ki, beynəlxalq neft inhisarçıları neft və neft məhsullarına qiymətin artması siyasəti aparır, birbaşa əks vəziyyət əmələ gəlir. Lakin belə vəziyyətlər tez-tez baş verir və bir qayda olaraq, müvəqqəti alverçilik xarakteri daşıyır.

Ümumiyyətlə, qeyd edilməlidir ki, hətta regionlar səviyyəsində bazarın neftə tələbin və təklifin qısamüddətli dəyişməsinin yüksək hissiyatı qiymətin qeyri-sabitliyini gücləndirir.

Dünya neft bazarında qiymətin əmələ gəlməsinə müvəqqəti təsir edən bütün bu təsadüfi vəziyyətlər iqtisadi baza faktorlarının təsiri ilə-neftin qiymətini faktiki sazişlər, onların sabitliyi az və hiss olunan dəyişməsi, son nəticədə neftin qiymətinin uzun müddətə dinamik meyilini müəyyən edən digər faktorlarla yumşaldılır.

Dünya neft bazarının daxili strukturu daima mürəkkəbləşir və bu bazarda qiymətin əmələgəlmə mexanizmi və əsas qiymətin (bazis, marker) müəyyən edilməsi formulu dəyişmişdir. Bu dəyişiklik dünya neft bazarının qiymətin

əmələgəlmə mexanizminin üstün olmasından irəli gələn (əsrin əvvəlində neftlə beynəlxalq ticarətin yaranmasından başlayaraq və neft inhisarının beynəlxalq arenaya çıxması) inkişaf dövrünün mərhələlərə bölünməsinə əsas verir:

I dövr (1947-ci ilə qədər) – dünya neft şirkətlərinin artımının təsiri;

II dövr (1947-1972) – dünya neft şirkətlərinin başçılığı;

III dövr (1973-1985) – OPEK-in təsirinin artması;

IV dövr (1986-2000) – digər ölkələrin meydana gəlməsi – çoxlu neft ixracatçıların və birja ticarəti və «kağızla» neft sazişlərinin miqyasının artması;

V dövr (2001- hazırkı dövr üzrə) – mal göndərilməsi mənbələrinin coğrafi diversifikasiyası, fyuçers və neftlə ticarətdə digər təcrübi sazişlər.

Qiymətin əmələgəlmə mexanizminin dövrü inkişafı dəqiq müəyyən edilmiş cəhətləri ilə fərqlənir (cədvəl 20). Birinci iki mərhələ qiymətin əmələgəlməsinin kartel Prinsipi ilə xarakterizə olunur. Qiyməti yeddi şaquli inteqrasiya olunmuş iri beynəlxalq neft kartelləri (amerikanın Exxon, Mobil, Galf, Texaco, Standart Oil of California, Britaniyanın British Petroleum – ingiltərənin, ingilis-hollandiya Royal Dutch Shell) müəyyən edirdi və (hər barrelin) qiymətini bir qayda olaraq 1,5-3 dollar səviyyəsində saxlayırdılar. Bu dövrlər ərzində birinci transfert (inhisardaxili) beynəlxalq neft şirkətləri tərəfindən neftin çıxarıldığı yer üzrə vergi ayırmaları minimuma çatdırmaq üçün, ikincisi, inkişaf etməkdə olan ölkələrin büdcəsinə vergi ayırmalarını hesablamaq üçün tətbiq edilən sorğu qiyməti. Üçüncüsü, müstəqil subyektlərin işlədiyi bazarın segmentinin məhdudlaşdırılmasında mövcud olan bazar qiymətləri neftlə beynəlxalq ticarətdə sabit qiymət şəraitində real malın göndərilməsi haqqında uzun müddətə bağlanmış kontraktlar yolu ilə həyata keçirilir. İkinci dövr İkinci Dünya müharibəsindən sonra qiymət hesabatlarını aparmaq üçün Yaxın və Orta Şərq ölkələrindən neftin bazarda olması ilə fərqlənir. 1947-ci ildə BNS-ri İran körfəzini qiyməti

hesablamaq üçün ikinci baza kimi qəbul etdilər. Bununla əlaqədar olaraq neftə qiymət bir bazalı sistemdə bu formula üzrə: ABŞ-ın Meksika körfəzi neftinin qiyməti üstəgəl bu sahildən malın çatdırılacağı məntəqəyə qədər fraxt dərəcələrinə ikibazalı, yəni qiymətin qərbə neytral nöqtədən Meksika körfəzi rayonunda qiymətə üstəgəl bu regiondan təyinat məntəqəsinə olan fraxt, Şərqə isə neytral nöqtədən

Dünya neft bazarında qiymətməlgəlmə mexanizminin təkamülü

Parametrlər	1947 ilə qədər	1947-1972 il.	1973-1985 il.	1986-2000 il.	2001ildən hal-hazırədək
Qiymətməlgəlmə prinsipi	Kartel	Kartel	Kartel	Rəqabət	Rəqabət
Qiyməti kim qoyur	BNK	BNK	OPEK	Birja	Birja
Qiymətməlgəlmənin iştirakçılarının sayı	7	7	13	Külli miqdarda	Külli miqdarda
Üstünlük rəqabətinin xarakteri	Üfüqi	Üfüqi	Şaquli	Şaquli və üfüqi	Şaquli və üfüqi
Tələbatın dinamikası	Sabit tələbat	Sabit tələbat	İnkişaf/enmə	Yavaş inkişaf	Yavaş inkişaf
Xərclərinin dinamikası (dinamikanın əsas amili)	Azalma (təbii)	Azalma (təbii)	İnkişaf (təbii) azalma (elmi-texniki tərəqqi)	Azalma (elmi-texniki tərəqqi)	Azalma (elmi-texniki tərəqqi)
Marker çeşidləri	Qərbi texas	Qərbi Texas, yüngül Ərəbistan	Yüngül Ərəbistan Qərbi Texas	Qərbi Texas, Brent, Dubay	Qərbi Texas, Brent, Dubay
Dinamika və qiymət səviyyələri (cari qiymətlərlə doll./barr.)	Xüsusi dəyişiklik-siz, 2-yə yaxın	Xüsusi dəyişiklik-siz, 2-yə yaxın	2-dən 40-a qədər artım (1981), azalma 30-a qədər (1985), 10-a qədər enmə (1986)	15-20 civarında tədviid (1997-yə qədər), 10-a qədər enmə (1999-a qədər), inkişaf 25-ə qədər (1999)	1 barrele 25 dollar dan 70-ə qədər artım (2005-ci ilin sonu)
Çatdırılma nöqtəsində CIF qiymətlərinin hesablama sistemi	FOB Meksika körfəzi+fraxt	FOB Meksika körfəzi+fraxt	FOB Meksika körfəzi+fraxt	Birja kotirovkaları	Birja kotirovkaları
Xarici ticarət sazişlərinin əsas növləri	Mütəmadi (həcm +qiymətlər)	Mütəmadi (həcm +qiymətlər)	Mütəmadi (həcm + birdəfəlik (qiymətlər)	Birdəfəlik (həcm) +mütəmadi(həcm) +birja (qiymətləri)	Birdəfəlik (həcm) +mütəmadi(həcm) +birja (qiymətləri)
Dominant qiymətlər	Transfert, arayış, bazar	Transfert, arayış, bazar	Bazar, arayış, transfert	Bazar, transfert	Bazar, transfert

Meksika körfəzinə olan qiymət üstügəl İran körfəzi rayonundan təyinat məntəqəsinə olan fraxt.

Üçüncü dövr müddətində qiymətin əmələ gəlməsində aparıcı rol OPEK-ə keçdi və o, neft bask – məlumat qiyməti Prinsipi üzrə müəyyən edilən, özünün xüsusi buraxılış qiymət sistemini tətbiq etməyə başladı. Nəticədə 1974-1975-ci illərdə neftə qiymət təqribən 4 dəfə artdı. Yaxın və Orta Şərqdə yenidən siyasi vəziyyətin kəskinləşməsi, həmçinin İraq-İran müharibəsi bu iki əsas neftçıxarma ölkəsində neftin ixtisar edilməsinə səbəb olmuş enerji böhranının ikinci mərhələsinə gətirib çıxartdı. 1979-1980-cı illərdə neftə olan qiymət yenidən təqribən iki dəfə qalxdı (1972-ci ildən 1981-ci illər üzrə qiymət 16 dəfə qalxmışdır). Əsas qiymət dəsti keçmiş dövrlərdə olduğu kimi qalmış, lakin əhəmiyyətli dəyişmişdir. Nisbətən mühüm və tez-tez tətbiq ediləni birtərəfli saziş qiymətləri az da olsa transfert qiymətləri idi. Qiymətin tez dəyişməsi, uzun və ortamüddətli kontraktlarla qısamüddətli kontraktlar aktiv olaraq inkişaf etdi, o cümlədən nağd olan malın sayı təcili (spot) və müqavilə əsasında (forvard) göndərilməsi tələb və təklifin real əldə edilmiş münasibətlərinin, ixracatçılar və idxalatçılar üçün qiymətin istiqamətinin müəyyən edilməsində indikator xidməti göstərirdi.

1974-cü ildə Nyu-York əmtəə birjasında neft və neft məhsulları, xüsusilə bunker və dizel yanacağı üzrə torq keçirilirdi. Avropada neft, neft məhsulları üzrə və bu tipdən olan ixtisaslaşmış beynəlxalq birja ticarəti 1981-ci ildə Londonda başlamışdır. Nəticədə 1986-cı ildən (IV dövr) qiymətin əmələgəlməsi kartel Prinsipi əsasında həyata keçirilir, yəni təyin edilməsi məhdudlaşdırılmış qrup oyunçuların öz baxışları ilə müəyyən edilir və öz yerini birjaya verir. Bu zaman qiymət iki rəqabət mübarizəsi aparan çoxsaylı qrup oyunçular üzrə nizama salınmış parlaq sxem üzrə müəyyən edilir. Bu qiymətlər cari balans tələbini və təklifini neft bazarında çoxsaylı risklərin dəyişmə vəziyyətini nəzərə almaqla iqtisadi və siyasi xarakterli hər dəqiqəlik konyunktura faktorları

sisteminə düzəlişlər etməklə əks etdirir [Вах.:Мировая экономика и международный бизнес]. Məlumat qiymət mexanizmi təcrübi olaraq fəaliyyətdən qalmışdır. Ancaq bazar və dəyişən qiymətlər saxlanmışdır. 1980-ci illərin sonunda neft və neft məhsulları üzrə dünya birja ticarəti sistemi formalaşdırılmışdır ki, burada üç mərkəz (Nyu-York – NYMX, London – İPE, Sinqapur - SIMEX) xidmət göstərirdi və bu mərkəzlər 24 saatlıq rejimlə (nə vaxt Sinqapurda birja bağlanır – Londonda açılır, burada bağlandıqdan sonra Nyu-York birjası fəaliyyətə başlayır) işləyir.

2001-ci ildən dünya neft bazarının inkişafında yeni beşinci dövrün başlanğıcı hesab edilən neft ticarətinin ümumi liberallaşdırılması dövrü müşahidə edilir. Neftin ixracının coğrafi diversifikasiyası ilə bağlı neft axınının dəyişməsinə istiqamətlənməsi bu dövr üçün daha xarakterikdir. İkinci mühüm xüsusiyyəti dünya neft bazarı bu vaxt «fiziki» bazar üstünlüyündən (nağd neft ticarəti) «məliyyə» bazarı üstünlüyünə (təcili neft kontraktları) dəyişmişdir. Neft və neft məhsullarının faktiki göndərilməsində əməliyyatların payı birjada başa çatan sazişlərin ümumi sayının 1-2%-dir: faktiki (kağızla) mallarla birja əməliyyatları 98-99%, hecerləmə üzrə saziş (qiymət risklərindən sığortalanma) və maye yanacaq alverçilik əməliyyatlarının geniş yayılması.¹ Son nəticədə neft üzrə birja əməliyyatlarının ümumi miqyası tez-tez nəinki faktiki sazişlərin səviyyəsini, eyni zamanda bir neçə dəfə dünya neft ticarətinin real həcmi də ötüb keçir.

Bir sıra səviyyələrdə unikal hesab edilən son iki dövr müddətində qiymətin əmələgəlməsi mexanizminin inkişafı dünya neft qiyməti dinamikası üzərində ətraflı dayanacaq. Neftin qiyməti tarixində belə dəyişmələr az-az hallarda baş verir: az vaxt içərisində (dunya biznes tarixində) belə mühüm strateji məhsulun hər barrelinin qiyməti 26 dollardan 8 dollara

¹ Вах.: Конопляник А. Эволюция структуры нефтяного рынка // Нефть России. 2000. № 4.

qədər aşağı düşmüş, sonra isə 28 dollara qədər qalxmışdır. Belə dinamika bütün qısamüddətli proqnozları rədd etmişdir. O, vaxtdan neftə olan qiymətin proqnozlaşdırılması neft və qazla məşğul olan maliyyə analitiklərinə xas olmayan iş olmuşdur.

Bu və ya digər dövrlərdə neftə olan qiyməti müəyyən edən çoxlu kompleks faktorlar ənənəvi olaraq mövcuddur. Bunlardan əsasları: dünya bazarında xam neftə tələb və təklifin münasibətləri; neft məhsullarının qiymətinə və ehtiyatların həcminə olan tələb; OPEK ölkələrində qiymətin əmələgəlmə siyasəti; hava şəraiti; dünyada neft ehtiyatlarının həcmi; alternativ enerji mənbələrinin və yanacaq növlərinin inkişafı, fors-major vəziyyəti və s. Neftin qiymətinin fyuçers bazarında formalaşdığı bu gün o, həmçinin, alverçilik kompantinə malik olur. Bundan başqa, qiymətin əmələgəlməsində Amerika dollarının zəifliyi də böyük rol oynayır. Belə ki, xammala qiymətin adi səviyyəsi və valyuta «gücü» onların dəyəri müxalifətin əlində olmasında özünü göstərir. Son illərdə neftə olan yüksək qiymətin ahəngliyi, həmçinin bu mallara olan tələbin artması stimulunun, yəni aşağı dərəcədə faizlərinin nəticəsidir. Faiz dərəcələrinin 6,5%-dən 1%-ə qədər aşağı salınması üzrə Federal ehtiyat sisteminin hərəkəti və onların son vaxtlar nisbətən 1,5% qaldırılması bütün dünyada pul kütləsinin və müvafiq olaraq, neft və digər xammallara tələbin artmasına gətirmişdir. Neftin qiymətini formalaşdıran daha bir siyasi faktor, nə qədər ki, bir çox ölkələr üçün karbohidrogen xammalı əsas iqtisadi inkişaf elementinə çevrişmişdir, enerji təhlükəsizliyinə çatmaq üzrə kompleks problemlər yaranmaqda davam edəcəkdir.

1986-1987-ci illərdə neftin qiymətinin bir barrelinin orta illik hesabı 12 dollara qədər aşağı düşmüşdür (sutkalıq kotirovka hətta 10 dollara qədər aşağı düşmüşdür). Bu OPEK-ə daxil olmayan və inkişaf etmiş ölkələrdə neftin çıxarılmasının artması, struktur yenidənqurma, onların iqtisadiyyatında enerji tutumunun aşağı düşməsi, həmçinin Səudiyyə Ərəbis-

tanının OPEK-in digər ölkələrinin neftçıxarma kvotasının yüksəldilməsində dempinqləşdirmə siyasətindən imtina etməsi ilə əlaqədar idi.

Son illərdə ABŞ-da iqtisadi yüksəlişlə əlaqədar olaraq enerji daşıyıcılarına tələbin artması və Asiya dövlətlərində iqtisadiyyatın güclü inkişafı neftə olan qiymətin tədricən artması hiss edilirdi. İran körfəzində hərbi münaqişənin başa çatmasından sonra 1992-1994-cü illərdə dayandırılmış və Küveytdə neft çıxarılması səviyyəsinin bərpa olunması 1995-1996-cı illərdə onun inkişafının kompensasiya edilməsi ilə qiymətin aşağı düşməsi baş vermişdir. Neftin qiymətinin aşağı düşməsi sonrakı 1995-1998-ci illərdə baş vermişdir ki, bu da 1997-ci ildə Asiya iqtisadi böhranı ilə əlaqədar tələb və təklifdə disbalansın yaranması, neftə olan tələbatın regionda aşağı düşməsinə gətirib çıxarmış və nəticədə dünya bazarında onun çatışmazlığına səbəb olmuşdur. 1999-cu ildə OPEK ölkələri bir-biri ilə yola getmək hesabına neftin çıxarılmasına qoyulan kvota qiyməti qaldırmağa imkan verdi və sonrakı illərdə daima artmaq meyilləri əldə olundu.

Hazırda neft çıxaran İran körfəzi hövzələrində, Venesuelada, Nigeriyada vəziyyətin sabit olmaması, həmçinin neft bazasında qiymətin əmələgəlməsində elementlərin terrorizm aktlarının təhlükəsi ilə əlaqədar olaraq yeni geopolitik faktorlar yaranmışdır. Təsdiq etmək olar ki, 2003-2004-cü illərdə yüksək qiymət səviyyəsi neftin çıxarılması, Asiyada, xüsusilə Çində sürətli axının artan tələbi ödəməməsinin nəticəsi idi. Bundan başqa, makrosiyasi və maliyyə «oyunçuları» axırıncı rol oynamırdılar.

1999-cu ildə başlayan dünyada neftin qiymətinin yüksəlməsindən Amerika Birləşmiş Ştatları qloballaşan dünya təsərrüfatında öz liderliyini möhkəmləndirməkdə bir alət kimi istifadə etməsi (neftin bahalaşması Avropanın inkişaf etmiş ölkələri ilə və Yaponiya üçün böyük problemlər yaratmış və beləliklə də onlarla ABŞ arasında fərqi artırmışdır) güclü və uzun müddətə ola bilərdi. Sonra 2000-ci ildə yüksək dünya

qiymətləri ABŞ-da prezident seçkisi kampaniyasında bir çoxuna kömək etmiş, respublikaçılar isə bundan vəziyyəti gərginləşdirən bir problem kimi istifadə etmişlər. Yeni respublikaçılar seçildikdən sonra amerika iqtisadiyyatının inkişafını ləngidən qiymətin aşağı düşməsində maraqlı olmuşdur. Neft ixrac edən Ərəb ölkələri mövcud qiymət səviyyəsini saxlamağa cəhd göstərilir. ABŞ-ın İraqa hücumu bir tərəfdən İraqın neft və qaz ehtiyatlarının onun nəzarəti altına keçməsi, digər tərəfdən OPEK-in təşkilini pozmaq hesabına dünya neft bazarında Ərəb ölkələrinə təsiri aşağı salmaq idi. 2003-2004-cü illərdə neftin bahalaşması ABŞ-ın İraqa hücumunun gözlənilməsi və sonradan orada qayda yaratmaqda ABŞ-ın İraqdakı problemləri idi.

Yaxın Şərq regionunda qeyri-sabit vəziyyət, İranın nüvə proqramı ətrafındakı vəziyyətin kəskinləşməsi, ABŞ-ın neft-ayırma zavodlarında texniki problemlər, «Katrina» tufanının fəlakətli nəticələri, Meksika körfəzində neft çıxarılmasının mürəkkəb olması qiymətin görünməyən dərəcədə artmasına səbəb olmuşdur. Bu 2005-ci ilə qədər davam etmişdir ki, bu vaxt hər barrel neftin qiyməti 70 dollara qədər yüksəlmişdi.

Neftin qiymətinin yuxarıda göstərilən strukturunu nəzərə almaqla hadisəsinin gələcək inkişafını iki variantda fərz etmək olar.

Neft ekspertlərinin çoxu qiymətin gələcək artım fikrini təsdiqləyirlər. 2006-2008-ci illərdə dünya neft çıxaranları pik, yəni ən yüksək həddi proqnozlaşdırmaqla 2020-ci ilə onun artımını cari dövrdə 80 mln. barreldən gələcəkdə 120 mln. barrelə çatacağını təhlükə altına qoyurlar. Neftə olan tələbin ödənilməməsi onun bahalaşmasını qaçılmaz edir.

Eyni zamanda, çoxlu maliyyə analitikləri neftin qiymətinin çökməsini, bir sıra çıxılmaz səviyyədə faiz dərəcələrinin artmasını, neftə olan tələbin artmasının saxlanması imkanlarını, eyni zamanda Amerika dollarının möhkəmləndirilməsini qabaqcadan söyləyirdilər. Neftin qiymətinin düşməsi ehtimalı həmçinin hər barrel üçün 30-35 dollar qiymət

maneələrinin aradan qaldırılması tələb və təklif funksiyası olmaqla qiymətin klassik formalaşdırılması adekvat reallıq kimi qalmır, belə ki, bu qiymət də, eyni zamanda alverçi və geopolitik qoyulmuş qiyməti təşkil edir. Aydındır ki, neft bazarında qiymətin aşağı düşməsi nəticəsində birja ticarəti və fyuçers neft kontraktları sistemi ilə bütün ölkələr neftin fasiləli göndərilməsinin yenidən təşkil edilməsinə məruz qalır. Bu təşkilətmə, nisbətən iri neft istehlak edən ölkələrli müəyyən etmək və perspektivli neft regionlarına seçmə nəzarət yolu ilə gedəcəkdir.

Bundan başqa, hazırda dünya neft bazarında ancaq maliyyə böhranı və siyasi titrəyişlə yox, eyni zamanda neft sektorunda mərhələliyin baş verməsi ilə əlaqədar digər fikirlər də vardır.¹ Analitiklər uzun və qısa mərhələlərlə neftin qiymətinin tərəddüd etməsi haqqında fikirlər də deyirlər. Venesuelanın neft sənayesi naziri E.Ariettanın hesab etdiyi kimi, hadisələrin mərhələliyi baxımından belə böhranlar 1970-ci illərdə (qiymətlərin qalxması), 1980-ci illərin ortalarında (qiymətin aşağı düşməsi), 1997-1998-ci illərdə (qiymətin aşağı düşməsi), XXI əsrin başlanğıcında (qiymətlərin qalxması) istehsalçılar tərəfindən qəbul edilməsindən asılı olmayaraq gələcəkdə də baş verəcəkdir.

Dünya ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalı bazarı

Əhalinin ərzaqla təminatı hər bir dövlətin zəruri və əsas vəzifələrindən biridir. Bununla belə, əgər, tarixin əvvəlki dövrlərində olan əsas məqsəd ərzaq və kənd təsərrüfatı ilə özünü təminatdan ibarət olmuşdursa, artıq XX əsrdə bu sahədə beynəlxalq ticarət böyük rol oynamağa başlamışdır. Ümumilikdə dünya bazarına dünya aqrar məhsulunun 25%-i daxil

¹ Бах.: Брагинский О.Б. Мировой нефтегазовый комплекс. М.: Наука, 2004.

olur. Beynəlxalq ticarətdə ərzaq mallarına əkinçilik, heyvandarlıq, meşə təsərrüfatı, balıqçılıq və dəniz məhsulları, eləcə də onların əsasında istehsal edilmiş yarımfabrikatlar və müəyyən hazır mallar aiddir.

Dünya ərzaq bazarı konyunkturası tendensiyalarını təhlil edərək dünya aqrar ticarətində fiziki və qiymət göstəricilərinin daima artması faktını qeyd etmək olar. 1970-2002-ci illərdə ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalının ixracatı 52 milyard dollardan 441 milyard dollara qədər, həmin məhsulun idxalı isə 57 milyard dollardan 464 milyard dollara qədər, yəni 8 dəfə artmışdır. Belə olan halda, dünya ticarət strukturunda həmin mal qruplarının çəkisi müntəzəm qaydada azalır. Belə ki, son üç onillikdə ümumdünya mal dövriyyəsində kənd təsərrüfatı mallarının ümumi çəkisi 16,6%-dən 7,5%-ə, yəni 2,2 dəfə, ərzaq məhsullarının çəkisi isə 13,1%-dən 5,1%-ə, yəni 2,6 dəfə azalmışdır.¹

Ticarətin fiziki və qiymət həcminin artması fonunda ümumdünya mal dövriyyəsində ərzaq mallarının və kənd təsərrüfatı xammalının ümumi çəkisinin azalması, ilk növbədə, digər qrup mallarla, maşın və avadanlıqla, eləcə də yanacaq-enerji materialları ilə intensiv və sabit ticarətin həyata keçirilməsi ilə izah oluna bilər. Ərzaq məhsullarına tələbat əsasən, istehlakçıların sayından və əhali üzrə gəlirin artımı təsirindən az dəyişir, yəni emal sənayesi məhsullarından fərqli olaraq, ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalının istehsalı, eləcə də beynəlxalq ticarətin artım templəri əhali sayının artım templərini əhəmiyyətli dərəcədə ötə bilməz. Bununla yanaşı, dünya mal dövriyyəsində bu qrup malların azalması Qərbi və Mərkəzi Avropanın, Çinin və Hindistanın ərzaqla müstəqil şəkildə təmin edilməsindəki uğurlar, həmçinin təbii kənd

¹ Вах.: Ревенко Л.С. Мировой рынок продовольствия в эпоху «генной революции». М.: Экономика. 2002.

təsərrüfatı xammalının əvəzinə süni əvəzedicilərin istifadəsi ilə izah olunur.

Lakin ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalı ilə ticarətin rolu bu gün də bir sıra ölkələr üçün böyükdür. Bəzlə ki, 2002-ci ildə 55 ölkədə (həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə) aqrar eksportun çəkisi ölkədə ixracın 25%-ni təşkil etmiş, 32 ölkədə isə bu rəqəm 50%- keçmişdir. Buraya, ilk növbədə, Qvatemala, Benin, Beliz kimi malgöndərənlər və ya çoxsaylı aqrar məhsullar, xüsusilə də heyvandarlıq məhsulları ixrac edən ölkələr (Danimarka) aiddir.

Ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalı ilə ticarətə, praktiki olaraq, bütün dünya ölkələri cəlb olunmuşdur. Onların əksəriyyəti həm ixracatçı, həm də idxalatçı funksiyaları yerinə yetirirlər.

Ərzağın idxal və ixracında inkişaf etmiş ölkələr aparıcı rol oynayır. 50% kənd təsərrüfatı məhsullarını istehsal edən həmin ölkələr dünya ərzaq ixracının 72%-ni və idxalının 69%-ni təmin edirlər. Son onilliklər ərzində inkişaf etmiş ölkələrin bir çoxunda kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı artmışdır. Belə ki, bu gün sənaye ölkələrindən şəkərin ixracı dünya ixracatının 27%-ni, düyünün ixracı – 40%-ni, sitrus meyvələrinin ixrası isə 73%-ni təşkil edir. Müvafiq olaraq, inkişaf etməkdə olan ölkələrin üzərinə dünya mal dövriyyəsinin təqribən 30%-i düşür. Bu ölkələr qurpundan ixracat az malların konsentrasiyası ilə fərqlənir, lakin 1990-cı ildə onlar tərəfindən dünya bazarına çatdırılan mal qruplarının miqdarının artması tendensiyası qeydə alınmışdır. Tropik məhsulların, şəkərin, meyvə və tərəvəzlərin eksportunda inkişaf etmiş ölkələr daha güclü mövqelərə sahibdirlər.

Ərzaqla təminatda ciddi problemlərlə üzləşən və idxaldan asılı olan regionlara Afrika ölkələri, Asiyanın kasıb ölkələri və Yaxın Şərqi neft emal edən ölkələri aiddir. 1990-cı illərdə ərzaq idxalından asılı olan ölkələrin siyahısına Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri və Rusiyada əlavə olunmuşdur. Şimali Amerika, Qərbi Avropa, Avstraliya, Yeni Zelandiya

artıq ərzaq ehtiyatlarına və yüksək ixrac potensialına malikdirlər. Qərbi Avropanın güclü potensiala malik olması təbii ki, Avropa İttifaqı çərçivəsində vahid kənd təsərrüfatı siyasətinin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır.

Ərzaq bazarında, həmçinin, yüksək regiondaxili ticarət payı olan segmentləri ayırmaq olar. Bu Qərbi Avropa, Asiya, Latin Amerikası ölkələri üçün yükləmə-boşaltmaya qənaət etmək baxımından tam aydındır.

Dünya ölkələri arasında ən iri ərzaq ixracatçısı ABŞ-dır (dünya ixracatının 14%). Amerika ixracatının strukturu dənli (27%), yağlı (16,5%) toxumların, ət məhsullarının (9,8%) üstünlük təşkil etməsi və yüksək diversifikasiya ilə fərqlənir. ABŞ-dan sonra dünya ixracatında ümumi çəkisinə görə Fransa (7,1%), Hollandiya (6,0%), AFR (5,9%), Kanada (5,0%) gəlir. Qərbi Avropa ölkələri də geniş çeşiddə hazır və xammal ərzaq məhsulları ixrac edirlər. Digər regionlardan olan ixracatçılar, bir qayda olaraq, mal mövqelərinin kiçik sayına üstünlük verirlər.

İri ərzaq idxalçısı Yaponiya il ərzində ölkəsinə 24,3 milyard dollarlıq ərzaq məhsulları idxal edir. Bu ölkənin dünya idxalında ümumi çəkisi 8,1% təşkil edir. AFR-in çəkisi 7,9%, İngiltərənin 6,1%, Fransa'nın 5.2%, İtaliyanınki isə 4,5% təşkil edir.

Dünya ərzaq idxal və ixracatının yarısından çoxu on iri və qabaqcıl ölkənin üzərinə düşür. Bu baxımdan maraqlı faktdır ki, Yaponiya, Meksika, Braziliya və Avstraliya kimi ölkələr istisna olmaqla, bütün iri ixracatçılar eyni zamanda iri ərzaq idxalçıları qismində çıxış edirlər. Bu amil onların mal çeşidinin yüksək diversifikasiya dərəcəsinə və sahədaxili beynəlxalq əmək bölgüsündə aktiv iştirak səylərinə bir sübutdur, bu da, ilk növbədə, varlı ölkələr üçün səciyyəvidir.

Rusiya eyni zamanda ərzaq və kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalçısı və ixracatçısıdır. Lakin ərzaq məhsullarının idxalı ixracatı xeyli üstələyir. Rusiya iri idxalçılar arasında onuncu yeri tutur (6,2 milyard dollar; dünya idxalında payı –

2,1%). Ərzaq məhsullarının idxalına görə Rusiya Federasiyası 18-ci yeri tutur (1,2 milyard dollar; dünya idxalında payı 0,3%). Rusiya ərzaq ixracının əsası balıq və dəniz məhsulları, ayrı-ayrı dənli bitkilər və alkoqollu içkilərdir. İdxal nomenklaturası xeyli geniş olmaqla, tərkibinə bütün ərzaq növləri daxildir. Süd və ət məhsulları, buğda, meyvə və tropik mallar ölkəyə daha çox həcmdə ixrac olunur.¹

Dünya ərzaq ticarətinin mal strukturunda əsas yeri meyvə-tərəvəz, buğda və un məhsulları balıq və dəniz məhsulları ət və süd məhsulları tropik mallar, yağlar şəkər tutur. Dəyər baxımından dünya ərzaq ticarətində lider mövqeləri meyvə və tərəvəz tutur. 2002-ci ildə həmin malların ixracı 80,7 milyard dollar təşkil etmişdir (dünya ərzaq idxalı dəyərinin 21%). Bu yarımqrupda əsas mövqelər kartof, paxla məhsullarına, soğan, pomidor, istiot, üzüm, sitrus bitkilərinə, almaya məxsusdur. Dəyər həcminə görə ikinci yeri buğda (ilk növbədə taxıl, qarğıdalı, düyü) və onun emalı məhsulları tutur (ümumdünya ərzaq idxalı dəyərinin 16%). Dünya üzrə buğda yığımının təqribən 1/5 hissəsi dünya bazarına daxil olur. Onun əsas idxalçıları ABŞ, Kanada, Argentina, Avstraliya, Fransadır. Əsas ixracatçılar – ÇXR, Yaponiya, Braziliya, Koreya Respublikası, Əlcəzair, Rusiya, eləcə də bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdir. Qarğıdalı idxalının həcmi yüksək deyildir – dünya yığımının 12%. İri qarğıdalı idxalçısı qismində ABŞ-dır (ümumdünya yığımının 75%). Əsas alıcılar – Yaponiya, Koreya Respublikası, ÇXR, Malayziya, yəni əsasən Asiya və Qərbi Avropa ölkələri (İspaniya, İngiltərə, Belçika). Düyünün idxalı dərəcəsi taxıl məmulatlarının idxalından da aşağıdır (cəmi 6%). Əsas ixracatçılar – İndoneziya, Filippin, ÇXR, Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Braziliya, Kuba və CAR. Əsas idxalçıları Tailand və ABŞ-ın yüksək idxal səviyyəsi ilə fərqlənir. Belə ki,

¹ Вах.: Ревенко Л.С. Мировой рынок продовольствия в эпоху «генной революции». М.: Экономика. 2002.

ABŞ düyü məhsullarına olan tələbatın yarsından çoxunu idxal hesabına təmin edir. Son illərdə Hindistan, Pakistan, Vyetnam və ÇXR-də də düyü idxal edirlər.

Dünya ərzaq ticarətində ət və balıq məhsulları tutduqları mövqeyə görə müqayisə oluna bilər. Həmin məhsulların üzərinə ərzaq idxalının müvafiq olaraq 13 və 15%-i düşür. Dünya bazarına ət məhsullarının əsas tədarükçüləri – Avstraliya və Yeni Zelandiya; quş ətinin əsas tədarükçüləri isə ABŞ, Fransa və Braziliyadır.¹

Dünya bazarında bir çox ərzaq məhsulları ilə ticarət hərraclarda həyata keçirilir, bu cür məhsullara qiymətlər isə xarici-hərrac ticarətində hərrac kotirovkalarına əsaslanır (taxıl, qarğıdalı, kofe, şəkər, bəzi toxum növləri və s.). Bəzi mallar auksionlarda satılır (balıq, çay, meyvə -tərəvəz və s.). Həmin hərraclarda mallara dünya qiymətləri təyin olunur. Ayırı-ayrı ərzaq malları üçün dünya qiymətləri qismində əsas idxalçı və ixracatçıların idxal və ya ixrac qiymətləri çıxış edir. Məsələn, qozun, quru meyvələrin, balın qiymətləri London bazarında, ayırı-ayrı yem bitkilərinin, meyvə və tərəvəzin qiymətləri Paris topdan ticarət bazarında təyin olunur. Taxıl üzərində dünya qiymətlərinin əsasını Avstraliya (Sidney), qarğıdalı qiymətlərinin əsasını ABŞ qiymətləri təşkil edir, düyünün qiymətləri isə Tailand qiymətləri ilə uyğunlaşdırılır.

Ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalının qiymətləri çeşidlərin çoxluğu, çoxsaylı ticarət mərkəzlərinin mövcudluğu ilə əlaqədar olaraq rəngarənglik və müxtəlif tədarük müddətləri ilə fərqlənir. Süni və sintetik əvəzləyicilərlə rəqabət ərzaq qiymətlərinə böyük təsir göstərir. Bununla yanaşı, bir çox ərzaq məhsullarının qiymətləri hava, tələbatın fəsilliyindən, spekulativ hərrac əməliyyatlarının aparılması mümkünlüyündən və digər amillərdən asılıdır. Qiymətlərin dəyişməsi il ərzində 100%, ay ərzində isə 13-15%-ə çata bilər.

¹ Вах.: Мировая экономика / Под ред. А.С.Булатова. М.: Юрист, 2005.

XX əsrin ikinci yarısında əksər ərzaq məhsullarının qiymətlərində müşahidə olunan dinamika uzunmüddətli perspektivdə mülayim olmuşdur. 1958-1999-cu illər ərzində qiymətlərin orta illik artımı bütün mallar üzrə 2%-dən artıq olmamışdır. Yalnız ət və balıq məhsulları üzrə bu artım həmin göstəricidən artıq olmuşdur. Belə ki, qoyun əti üzrə qiymət artımı 3,4%, balıq filesi üzrə 2,8%, dana əti üzrə 2,6%-ə çatmışdır. Ümumilikdə 1990-cı illərdə çay, kofe, kakao və qoyun əti istisna olmaqla, əksər məhsullar üzərində azalma tendensiyası qeydə alınmışdır. Bununla belə, bu onillik ərzində qiymətlərin enməsi qeyri-bərabər olmuşdur. 1992-ci ildən 1996-cı ilə qədər qiymətlərin kəskin artımı müşahidə edilmiş, sonra isə 2000-ci ilə qədər həmin qiymətlərin xeyli aşağı düşməsi baş vermişdir. Taxılın, yağ, piy, eləcə də süd məhsullarının qiymətləri daha çox dəyişikliklərə məruz qalmışdır.

Hazır məhsullar və yarımfabrikatların dünya bazarı

Hazır məhsulların dünya bazarı XX əsrin ikinci yarısında daha dinamik inkişaf etmişdir. Bu qrup malların dünya ixracının cari qiymətlərində artımı 100 dəfədən çox olmuşdur, bu da 11,4% illik tempə müvafiqdir. Bununla belə, onun dünya ticarət idxalında payı 1955-ci ildə 49,4 %-dən 2000-ci ildə 74,9%-ə qədər artmışdır.

Emal sənayesinin məhsullarına dünya qiymətlərinin əsasında daxili bazarda istehsalçıların və idxalçıların iri şirkətlərinin təyin etdiyi qiymətlər durur. Tam xərclər üsulu ilə hesablandığında istehsalata olan bütün xərclər və nəzərdə tutulan gəlirin ölçüsü üst-üstə gəlinir. Bundan başqa, məhsulun tam satışı və istehsal qüvvələrinin azı 75% istifadəsi nəzərdə tutulur.

Birbaşa xərclər üsulu istifadə çətinliklərinə görə nadir hallarda tətbiq olunur. Bu üsul üzrə bütün tutumlar qaimə və birbaşa tutumlara bölünür. Bir neçə variant müəyyən edilir, hesablanmış gəlir müqayisə olunur və təyin olunur ki, satışın hansı qiymətlərində və həcmində o maksimal olacaqdır.

Bir metodla hesablanan qiymətlər konyunkturanın vəziyyətindən asılı olaraq, qiymət və əlavələr geniş endirmələr sisteminin tətbiqi ilə müəyyən edilir. Buraxılan məhsul çeşidlərinin geniş və yüksək dinamikliyi, eləcə də istehsal iqtisadiyyatında dərin fərqlərin mövcudluğu ilə əlaqədar olaraq kimyəvi məhsullara və maşın-texniki məmulatlara olan qiymətlərin formalaşması prosesi öz xüsusiyyətinə malikdir. Bu səbəbdən də nə BVF, nə də BMT hal-hazırda həmin məhsullara dair idxal qiymətlərinin indekslərini nəşr etdirmir.

Ümumiyyətlə, XX əsrin ikinci yarısında qeyd edilmişdir ki, möhkəm müsbət dinamik qiymət emaledici sənaye məhsulunun qiymətinədir. Nisbətən artım 1970-ci illərdə olmuşdur ki, (ildə orta hesabla 11,4%) bunun da çox hissəsi hazır məhsulun xüsusi çəkisində dəyəri kifayət qədər böyükdür (bir neçə sahələr üzrə o 90%-ə çatır) və çox hallarda xammalın bahalaşmasının gözlənilməsi ilə əlaqədardır.

Sənaye məhsullarının əsas hissəsini (əsasən də mürəkkəb elm tutumlu) dünya bazarlarına dünyanın inkişaf etmiş ölkələri təchiz edir. Lakin inkişaf etməkdə olan ölkələrdə də bu qrup malların ixracı çoxalmağa başlayır. Hal-hazırda o, inkişaf etməkdə olan ölkələrin ümumi ixrac həcmnin 75%-ni təşkil edir.

Bu qrupun daxilində maşın-texniki məmulatlar (emaledici sənayenin məhsulunun dünya ixracının 40,8%) əsas yer tutur.

Maşınqayırma sənayesinin məhsulları ilə beynəlxalq ticarət çox yüksək sürətlə inkişaf edir və onun istehsalının artım sürətini qabaqlayır. Bundan başqa, XX əsrin ikinci yarısında o, ölkələrarası kooperativləşmə və beynəlxalq ixtisaslaşmanı dərinləşdirməkdə böyük imkanlar açır, bütün aparıcı

ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsinə münasibət üzrə qabaqlayıcı surətdə inkişaf edir. İstehsalın, həmçinin maşınqayırma texnikası mallarının tez artımına imkan verən əsas faktorlar bu sahədə ticarətin artması və elmi-texniki inqilab şəraitində mənəvi aşınmanın başlanması idi.

Hazırda maşın və avadanlığın ixracının qiyməti 2 mln. dollardan çoxdur.

Maşın texniki məmulatlar elmi-texniki tərəqqinin və ölkənin müdafiə qabiliyyətinin səviyyəsini təyin etdiyinə görə, həmçinin onların böyük elm tutumlu olmasına görə bu kompleks inkişaf etmiş ölkələrin emaledici sənayesində aparıcı rol oynayır. Bunu demək kifayətdir ki, onların payına maşın və avadanlıqla ticarətin 80%-i düşür. Lakin, bununla belə, maşınqayırmada dominant vəziyyəti yalnız inkişaf etmiş ölkələrin kiçik qrupu tutur – ABŞ, onun payına 30% düşür, Yaponiya – 15%, Almaniya – təxminən 10%, Fransa, Böyük Britaniya, İtaliya, Kanada. Maşınqayırma məhsulunun ixracın ümumi dəyərində də payı yüksəkdir. Belə ki, Yaponiyada bu rəqəm 64%, ABŞ və Almaniya da – 48%, İsveçdə – 44%, Kanada da – 42% təşkil edir.

Dünya maşınqayırma sənayesində liderlər qrupuna İsveçrə, İsveç, İspaniya, Niderland və bir neçə digər sənayecə az inkişaf etmiş kiçik dövlətlər də daxil olur.

Maşınqayırma məhsullarının demək olarki, tam nomenklaturası maşınqayırmanın inkişafında avioraket-kosmik sənayesi, mikroelektronika, robot texnikası, atom enerjisi texnikası, dəzgahqayırma, ağırmaşınqayırma, avtomobil sənayesində əsas yerlər bu ölkələrə məxsusdur. Belə ki, ABŞ-da yüksək texnoloji məhsulların payı 19%, Yaponiyada emal sənayesinin payı 24% təşkil edir.

Son vaxtlar maşınqayırma inkişaf etməkdə olan ölkələrdə də geniş yayılmağa başlamışdır. Onların maşın və avadanlıqların dünya ixracatında payı artıq 10%-i ötüb keçmişdir. Lakin inkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq maşınqayırma sənayesi qabaqcıl elmi-tədqiqat və təcrübi-konstruktor

bazasında, mürəkkəb texnikaya, keyfiyyətli məhsul istehsalına istiqamətlənmiş yüksək ixtisaslı fəhlə sinfi bazası əsasında deyil, burada maşınqayırma yerli ucuz işçi qüvvəsinə arxalanır və bir qayda olaraq kütləvi, ağır əmək tələb edən, mürəkkəb texnika, keyfiyyəti çox da yüksək olmayan mallar istehsalı üzrə ixtisaslaşır. Bu müəsisələr arasında sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə ayrı-ayrılıqda maşın hissələri alan çoxlu zavodlar vardır. Çox az inkişaf etməkdə olan bir çox ölkələr – Cənubi Koreya, Qon-konq, Tayvan, Sinqapur, Hindistan, Türkiyə, Braziliya, Argentina, Meksika müasir maşınqayırma zavodlarına malikdirlər. Onların maşınqayırmasında əsas istiqamət məişət elektrotexnikası, avtomobilqayırma, gəmiqayırma təşkil edir.

Maşın və avadanlıqlar, hazır məmulat alıcının ölkəsində sonradan yığılmaq üçün ayrı-ayrı növlərdə, kooperativ razılaşmalar çərçivəsində ayrı-ayrı detal və hissələr və ya təmir üçün ehtiyat hissələri kimi və digər növlərdə satıla bilər. Eyni zamanda, maşın və avadanlıqlar üçün xarakterik olan komplekt gönmələr.

Bəzi hallarda maşın və avadanlıqlar hazır məmulat kimi göndərilir. Ayrı-ayrı hissələr növündə satış hazır məhsulun idxalından qorunmaq üçün yüksək gömrük məncələrindən müdafiə olunan bazarlarda həyata keçirilir. Hissə və detalların göndərilməsi ixtisaslaşmanın detallar və hissələr üzrə beynəlxalq kooperasiya istehsalının inkişafı ilə əlaqədardır. Bundan başqa, maşın və avadanlıqlarla beynəlxalq ticarətin 10%-i əvvəllər göndərilən məmulatlara texniki xidmət və təmir üçün ehtiyat hissələdir.¹

Komplekt avadanlıqlarla ticarət inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən sənaye və texnoloji komplektlərin alınmasının təsiri ilə 1950-ci illərdən inkişaf etməyə başlamışdır. Komplekt göndərmələrin müxtəlif növlüüyü, necə deyirlər,

¹ Вах.: Основы внешнеэкономических знаний / Под ред. .П.Фаминского. М.: Международные отношения, 1994.

«açar altında» – adlanır. BMT-nin xarici ticarətin inkişafı üzrə Avropa iqtisadi komissiyasının müəyyən etdiyinə görə, «açar altı» müqaviləsi altında sifarişçinin kontragenti sənaye və qeyri-istehsalsal təyinatlı obyektlərin tikintisini öz üzərinə götürür və sifarişçi obyektin tikilməsində iştirak edən digər hüquqi şəxslərə münasibətdə öz üzərinə məsuliyyət götürür. Kontragent bütün vacib avadanlıqlarla komplektləşdirilmiş istismara hazır avadanlıqlarla, interyer, istismar və təmir heyəti ilə birlikdə hazır obyekti sifarişçiyə verir (Bax.: Фомичев).

Beynəlxalq torqlar – maşın və avadanlıqla, əsasən də, komplekt avadanlıqla ticarətin ən yayılmış müasir növlərindən biridir. Həraraclar vasitəsilə müxtəlif avadanlıq, yük avtomobilləri, dəmiryolu qatarları, gəmilər və digər nəqliyyat vasitələri, xidmət avadanlıqları, cihazlar və s. daxildir.

Dünya mal ixracında ikinci yeri kimyəvi mallar (9,5%) tutur. Bu mal qrupu da elm tutumlular kateqoriyasına aiddir. Bundan əlavə, aktiv beynəlxalq mübadiləyə xammalın və istehsalın coğrafi paylanmasının qeyri-bərabərliyi yardım etmişdir. 1960-cı ildən 2000-ci ilə qədərki müddətdə kimya sənayesinin dünya məhsulunun həcmi 20 dəfə, onun dünya ixracı isə – 73 dəfə artmışdır.

Yüksək elmi tutuma malik olmaqla əlaqədar olaraq, nisbətən dinamik inkişaf edən kimya sənayesi və onun məhsullarının ixracına görə inkişaf etmiş ölkələr ixracda yüksək vəziyyətdədir. Bu mal qrupları üzrə ixracatçılar arasında birincilik kimya sahəsi üçün iri xammal ehtiyatlarına malik və 70 mlrd. dollardan çox kimyəvi malları ixrac edən ABŞ-dır. Bu ölkə dünya fonunda nəhəng mineral gübrələr (partlayıcı maddələr, tibb preparatları, sintetik və polimer materiallar) istehsal və ixrac edən ölkədir. Kimya məhsullarının dəyər həcminə görə (60 mlrd. dollardan çox) ixrac olunmasında ikinci yeri Almaniya tutur. Bu ölkə çoxsahəli kimya sənayesinin inkişafına malik olmaqla bərabər, həm də istehsal etdiyi kimya məhsullarının 50%-dən çoxunu ixraca göndərir.

AFR üzvü sintez (o cümlədən, kimya-əczaçılıq məhsulları, kosmetika, ətriyyat, fotokimyəvi məmulatlar və s.) məhsulların istehsalı və təchizatı üzrə ixtisaslaşır. Daha böyük ayrılma ilə Fransa, Böyük Britaniya və Yaponiya davam edir. Fransa və Böyük Britaniyanın ixtisaslaşması Almaniya ilə uyğundur. Yaponiyada ucuz kimyəvi preparatların istehsalı və ixracı azalır və əməktutumlu sahələr (o cümlədən «yad-daşla» yeni polimerlər, necə deyirlər, «intellektual polimerlər», əczaçılıqda və biotexniki istehsalda rəng və formanı bərpa edən yeni polimerlər) inkişaf edir.

Bununla bərabər, kimyəvi məhsulun dünya ixracında, onun istehsalında olduğu kimi inkişaf etmiş ölkələrin payının aşağı düşməsi və inkişaf etməkdə olan ölkələrin payının artması müşahidə olunur. Beləki, neft-kimya müəssisələrinin nəhəng kompleksi Fars körfəzi ətrafında qurulmuşdur. İstehsal həcminə görə Səydiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Küveyt, İran, Bəhreyn müəssisələri ABŞ-dan sonra ikinci yerə çıxmışdır. Onlar, praktiki olaraq, ixraca yönəlmişdir, yalnız kütləvi kimya preparatları istehsal edirlər. Bundan savayı, Şərqi və Cənub-Şərqi Asiyanın kimya sənayesi inkişaf edir, burada Koreya Respublikası liderlik edir.

Dünya mal ixracında çox yüksək olmayan xüsusi çəkiddə yüngül (ixracın 6,3%-i), metallurgiya (4,5%) sənayesi malikdir. Bununla belə, dünya mal ixracında metallurgiya məhsullarının payı daima azalır. Belə ki, 1955-2000-ci illər üzrə beynəlxalq ticarətdə metalın xüsusi çəkisi təqribən 1,5 dəfə azalmışdır. Bu metalların resurslara qənaət edən müasir qeyri-metal materiallarla və metaltutumlu texnologiyaların tətbiq olunması ilə əlaqədardır.

FƏSİL 10. XİDMƏTLƏRLƏ BEYNƏLXALQ TİCARƏT

Müasir dünyada xidmətlər, onların təyinatı və təsnifatı

Dünya təsərrüfatı sistemi son onilliklər ərzində əhəmiyyətli struktur-coğrafi dəyişikliklərə uğramışdır. Elmi-texniki inqilabın genişlənməsi və dərinləşməsi təqdirincə bir çox ölkələrdə makroiqtisadiyyatın yeni növü qurulmağa başlamışdır. Onun adı postsənaye iqtisadiyyatı olmuşdur. Bu dövrdə xidmət sahələri – və ya üçüncü sektor intensiv inkişaf etməyə başlamışdır. Üçüncü sahədən hal-hazırda dördüncü sahəni də – elmi tədqiqatlar və təcrübə-konstruktor işləmələri (ETTKI) fərqləndirilir.

Siyasi iqtisadda xidmət dedikdə, öz nəticəsini səmərəlilikdə göstərən və insanın bu və ya digər tələbini ödəməyə qadir olan məqsədyönlü fəaliyyət nəzərdə tutulur. Bizim günlərdə məşhur ingilis jurnalı «İqtidçı» obrazlı ifadə ilə izah edir – xidmətlər alınıb və ya satıla bilər, lakin ayağın üstünə düşə bilməz.¹

Maddi nemətlər yaratmayan və xidmət sferasında bu və ya digər meyarın aid edildiyi, həmin məhsulun istehsal olunduğu sferada da görünməyən, hiss edilməyən bütün fəaliyyət növləri xidmətlərə aid edilir.

Beləliklə, xidmət dedikdə maddi məhsulda əks olunmayan, lakin onun istehlakçısına həmişə bir sıra əhəmiyyətli səmərə verən fəaliyyət başa düşülür.

¹ Вах.: Международные экономические отношения Под ред. И.П.Фаминского. М.: Экономистъ, 2004.

Təcrübədə xidmət sferasına çox vacib bir fəaliyyət növünün məcmusu kimi baxılır. Lakin çoxnövçülükdə bütün xidmətlər aşağıdakı xarakterik xüsusiyyətlərə malikdir:

- hissedilməziyi – alınmasına qədər belə xidmətlərin nümayiş etdirilməsi, görünməsi, sınıanması mümkün deyil;

- istehsal və istehlakda ayrılmazlığı – bir halda ki, maldan fərqli olaraq xidmət istehsalçının və istehlakçının qarşılıqlı təsirinin nəticəsidir, xidmət göstərmək prosesi (istehsalı) istehlakla eyni vaxtda baş verir. Bununla əlaqədar olaraq, xaricdə xidmətin istehlakçılarının və ya xidmət istehsal edən ölkədə xarici istehlakçıların və ya xidmət istehsalçıların bilavasitə iştirakçı tələb olunur.

- keyfiyyətin müəyyən dərəcədə dəyişməsi, kim və nə vaxt onu təqdim etməsindən asılı olaraq keyfiyyətin xırdalanması (hətta eyni müəssisənin əməkdaşı iş günü vaxtında müxtəlif xidmətlər göstərə bilər).

- saxlanması mümkün olmayan xidmətlər sonradan satılmaq üçün saxlanıla bilməz. Xidmətin saxlanmaması bazarın konyunkturasını və onun tələb və təklifə dəqiq cavab verməsini öyrənməyi tələb edir.

Son illər xidmətin rolu iqtisadiyyatda əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu, əsasən, istehsalatın çətinləşməsi və bazarın gündəlik tələbat malları ilə doldurulmasından sonra baş vermişdir. Vacib əmil, həmçinin, yeni fəaliyyət növlərinin yaranmasına yardım göstərən elmi-texniki tərəqqi olmuşdur. Müasir şəraitdə xidmətlər mallarla ticarətə də daha da çox təsir edirlər, əsasən də, bu texniki mürəkkəb mallara aiddir. Uzunmüddətli təkamül nəticəsində XX əsrin sonuna dünya ÜDM-ində xidmətlərin payı 68%-ə çatmışdır.

Xidmət iqtisadiyyatının təşəkkül tapması universal bir prosesdir və bütün ölkələrə xasdır. Lakin xidmət bunlardan hər biri daxili imkan tədbirlərindən və ya birbaşa iqtisadi inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq həyata keçirilir. Zəif inkişaf etmiş ölkələrdə təsərrüfat fəaliyyəti nisbətən əmtəə məhsulu istehsalı ilə üst-üstə düşür. Nə qədər ki, ölkənin inkişaf

səviyyəsi yüksəkdir bir o qədər qeyri-istehsal sahələrinə hiss edilməyən məhsul növlərinə xidmət formasında yönəldilən və fəaliyyət növləri ölkənin iqtisadi strukturunda və əmək fəaliyyətində də böyük rol oynayır. XX əsrin axırlarında qeyri-istehsal sahələrində istehsal olunan Ümumdünya daxili məhsul istehsalının 80%-i adambaşına düşən məhsulun yüksək olduğu ölkələrin payına düşür.

Xidmət sferasının inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq dünya ölkələrini üç qrupa bölmək olar.

Birinci qrup ölkələrə yüksək xidmət sferası inkişaf edən, inkişafı sənayeləşdirmədə olan ölkələr daxildir. Bu qrup ölkələrin ÜDM istehsalında xidmətin payı $2/3 - 3/4$ -dir (Cədvəl 21)

Cədvəl 21

İnkişaf etmiş xarici ölkələrdə ÜDM-da və məşğulların ümumi sayında xidmətlər sahəsinin ümumi çəkisi, 2000-ci il (%-lə)

Ölkə	ÜDM-də xidmət sahəsinin payı	Məşğulların ümumi sayında xidmət sahəsinin payı
ABŞ	69,3	77,4
Böyük Britaniya	70,3	71,7
Almaniya	59,1	66,2
Fransa	64,7	74,5
İtaliya	76,7	70,0
Yaponiya	68,8	59,0
Kanada	64,4	71,0

Mənbə: Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет.

Aparıcı ölkələr qrupunda xidmətlər sahəsinin formalaşması dərəcəsi üzrə diferensiallaşma diqqətəlayiq haldır. Bu xidmətin qurulmasında və irəliləyişində sözsüz lider ABŞ olmuşdur. Bu dövrün sonunda ümumdünya xidmətlər istehsalının $1/3$ hissəsindən artığını öz əlində cəmləşdirən bu ölkə digər ölkələr üçün yol açır, ümumi inkişaf yolu maqistralları üzrə istiqamət verir, texnologiyalar sahəsində birinci yeri tutur. Liderin ardı ilə Böyük Britaniya, bir az gerilmə ilə Fransa, Kanada, İtaliya gəlir. Almaniya da əsasən də

Yaponiyada sənaye iqtisadiyyatının təzahürləri qalmaqdadır, lakin bu hal ekspertlər tərəfindən son on-iyirmi il ərzində bu ölkələrdə baş verən ciddi iqtisadi problemlərin əsas səbəbi kimi qiymətləndirilir. Lakin burada da xidmətlərin inkişafı açıq aydın inkişaf edir.

Xidmət sahəsi orta səviyyədə inkişaf etmiş ölkələrə Cənub-Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələri, Latin Amerikası ölkələri və keçid iqtisadiyyatına malik ölkələr aiddir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin çoxunda xidmət sahələri çox aşağı səviyyədə inkişaf etmişdir.

Xidmətlər sahəsi olduqca rəngarəngdir: onlar sənaye xarakterinə malik olmaqla şəxsi tələbatları ödəyə bilirlər, qeyri-ixtisaslı ola bilirlər və yaxud da ixracatçıların yüksək hazırlıq dərəcəsini diktə edə bilirlər. Xidmət sahəsi ticarətdən və nəqliyyatdan maliyyələşməyə, sığortalama və müxtəlif növ vasitəçiliyə qədər yayılır.

Bu xidmət növləri böyük kapital qoyuluşları nəzərdə tutur, məsələn aviadaşımalar, tibbi xidmət, idarəetmə üzrə məsləhətlər, ilkin kapital qoyuluşu ilə də həyata keçirilə bilər. Bu cür oxşamazlıq müxtəlif xidmətlər təsnifatının qurulmasına səbəb olur. Cədvəl 22-də milli hesab sistemində (MNS) qəbul olunmuş xidmətlərin qruplaşması göstərilib.

Cədvəl 22

Milli hesablar sistemində xidmət tipləri

Xidmət tipləri	Xidmət sahələri
İstehsalat	İnjiniring, lizinq, avadanlığa xidmət (təmir) və s.
Paylaşdırma	Ticarət, nəqliyyat, rabitə
Pesəkar	Bank, sığorta, maliyyə, məsləhət, reklam xidmətləri
İstehlak (kütləvi)	Ev təsərrüfatı və vaxt keçirmə ilə əlaqədar olan xidmətlər
İctimai	TV, radio, təhsil, mədəniyyət və s.

Dünya strukturunda xidmətlərin digər qaydada təsnifləşdirilməsi rəhbər tutulmuşdur. Bu cür təsnifat qaydası, ilk növbədə, onların dünya xidmətləri sahəsindəki payı ilə izah olunur (nəqliyyat xidmətlərinin və turizmin üzərinə ümumi xidmətlərlə ticarət həcminin təqribən $\frac{1}{4}$ hissəsi düşür):

- fraxt, o cümlədən sığorta, liman rüsum və xidmətləri;
- digər nəqliyyat xidmətləri;
- turizm;
- digər xidmətlər.

Ödəmə balansını müqayisə etdikdə BVF tərəfindən tətbiq edilən təsnifat belə bir xidmət növlərini daxil edir:

- nəqliyyat;
- gəzinti;
- rabitə;
- tikinti;
- sığortalama;
- maliyyə xidmətləri;
- kompüter və informasiya xidmətləri;
- royalti və lisenziya ödəmələri;
- digər biznes xidmətləri;
- hökumət xidmətləri.

Öz növbəsində istehsal faktorlarının, ilk növbədə, kapital və işçi qüvvəsinin hərəkəti baxımından xidmətlər faktorlu (faktor servisev) və qeyri-faktorlu (non-faktor servisev) və digər qalan növlərə bölünür. Bu bölgü xüsusilə QATT və ÜTT çərçivəsində xidmətlə beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsi problemlərini müzakirə etmək üçün lazımdır ki, bu da qeyri-tarif xidmətlərində üstünlükləri mərkəzləşdirir.

Həmçinin, xidmətləri ticarət edilən (mübadiləyə qadirdir) və ticarət edilməyən (öz xarakteri ilə mübadilənin predmet ola bilmir). Əvvəllər xidmətlər bu növlərə, necə deyərlər, imkan daxilində sərhəd içində mübadiləyə ayrılırdı ki, bu zaman xidmət istehsal və istehlak edənlər gömrük sərhədinin müxtəlif tərəflərində yerləşərək, ancaq xidməti mübadilə edən

zaman sərhədi keçir və xarici ticarət sazişlərində olduğu kimi mal fiziki olaraq gömrük sərhədində ixracatçıdan idxalatçıya keçir. Xidmətlər sərhədyanı mübadiləyə qadir deyil və ticarət edilməyən xidmətlər hesab edilir. Lakin daha dərin tədqiqatlar göstərir ki, xidmətlər bir neçə yolla satıla bilər. Baş tarif və ticarət razılaşmaları xidmətlə ticarət mübadiləsini dörd əsas üsulla başa çatdığını göstərir:

- sərhədyanı malvermə (cross-border surrly). Bu zaman xidmət gömrük sərhədini keçir, istehsalçı və istehlakçı gömrük sərhədinin müxtəlif tərəflərində yerləşir (nümunə – xidmət-əlaqə);

- xaricdə istehlak olunma (consumption abroad) – bu zaman xidməti istehlak edən xidməti istehsal edənin ərazisinə keçir. Bu xidmətin ixracı üçün vacib üsuldur, ilk növbədə tibbi, turizm, nəqliyyat, təhsil sahəsində;

- kommersiya iştirakı (kommercial presence) – bu, bir qayda olaraq, xarici investisiyanı cəlb etməli olduğu ölkədə xidmət satan xarici firma və ya onların ftiallarını yaratmaqla (məsələn, əsas maliyyə xidməti hissəsini);

- fiziki şəxslərin iştirakı ilə (presence of natural persons providing services) – VTTR-ə – uyğun olaraq xarici bazarda xidmət göstərmək üçün fiziki şəxslərin yerdəyişməsi və onların iştirakı vaxt baxımından müəyyən dərəcədə məhdudlaşdırılmalı və bir sıra xidmətlərin göstərilməsi. Fiziki şəxslər xidmətləri ya sərbəst, ya da xarici firmalarla iş prosesində, yaxud da xarici və ya milli imzalanmış kompaniyalar əsasında (mürəkkəb məsləhətlər) göstərə bilər. Belə yanaşmalar xidmətlə ticarəti onların əsas növlərindən ticarət edilən kateqoriyalara keçirmişdir.

Xidmətin daha bir təsnifləşdirilməsi mövcuddur:

TTBR-lər çərçivəsində (xidmətlə ticarət üzrə Baş razılaşmalar - ÜTT) 12 sektorda birləşən 160 xidmət növü müəyyən etmişdir:

- işgüzar xidmətlər;
- rabitə və audiovizual xidmətlər;

- tikinti və onunla əlaqədar olan mühəndis xidmətləri;
- distribüter xidmətləri;
- təhsil sahəsində xidmətlər;
- ətraf mühitin qorunması ilə əlaqədar xidmətlər;
- maliyyə xidmətləri;
- səhiyyə və sosial təminat sahəsində xidmətlər;
- turizm və gəzinti ilə bağlı xidmətlər;
- nəqliyyat xidmətləri;
- asudə vaxtın, mədəni və idman tədbirlərinin təşkili üzrə xidmətlər;
- digər xidmətlər.

Bundan əlavə, tez-tez yarım sahələrin xidmət sferasının təsnifləşdirilməsindən də istifadə edilir:

- ticarət;
- nəqliyyat və rabitə;
- maliyyə-kredit sferası;
- digər xidmətlər.

Bu yarım sahələrin onların ÜDM payına müvafiq olaraq müqayisə etdikdə, birinci yerə həmişə digər xidmətlər çıxır, bura turizm, səhiyyə, təhsil, mədəniyyət, məişət xidməti daxil olur. Sonra ticarət gəlir. Sonuncunun rolu ən böyük inkişaf etməkdə olan ölkələrdədir. İnkişaf etmiş ölkələr arasında bu göstəriciyə görə Yaponiya seçilir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə sonuncu yerdə maliyyə-kredit sistemi durur. Maliyyə xidmətləri yaxşı inkişaf etmiş ölkələrdə, az payı nəqliyyat və rabitə tutur (cədvəl 23)

Cədvəl 23

**Bəzi ölkələrin ÜDM-da xidmətlər sahəsinin
və onun sahə bölmələrinin payı**

Ölkə, ölkələr qrupu	Xidmətlərin istehsalı				
	Ümumi	Nəqliyyat və rabitə	Ticarət	Maliyyə xidmətlər	Digər xidmətlər
Bütün dünya	67,7	4,8	21,9	3,2	69,3
İnkişaf etmiş ölkələr	67,9	4,2	19,8	4,8	41,5
A B Ş	69,3	2,1	19,0	4,9	43,3
Yaponiya	68,8	3,7	26,1	3,6	35,4
Almaniya	59,1	7,2	19,6	4,2	28,2
İngiltərə	70,3	5,7	20,3	2,0	42,2
İnkişaf etməkdə olan ölkələr	68,5	5,2	25,2	1,4	36,6
Çin	60,9	4,0	21,1	1,5	34,2

Mənbə: Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет.

Artım templərinə görə marketing, menecment, lizinq, elmi tədqiqat xidmətləri tərəfindən təqdim olunan istehsalat və peşəkar xidmətlər kompleksi, eləcə də informasiya-kompyuter, konsultasiya, auditor-mühasibat və digər xidmətlər sahəsi liderlik edir. Məsələn, ABŞ-da həmin qrupda salıxan işçilərin sayı 1929-cu ildə 386 mindən 1950-ci ildə 1 milyona qədər və 2000-ci ildə 11,5 milyona qədər artmışdır (Bax.: Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет.). Bununla yanaşı, telekommunikasiyaların və maliyyə-kredit müəssisələrinin xidmətləri, beynəlxalq turizm dinamik sürətlə inkişaf etməkdədir. Son 20 il ərzində beynəlxalq turizmin orta illik templəri 5,1 % təşkil etmişdir. Həmin dövr ərzində beynəlxalq turizmdən valyuta mədaxilləri 14% artaraq, 2002-ci ildə 471 milyard dollar təşkil etmişdir.

Rusiyada xidmət sahəsinin üzərinə 2003-cü ildə ÜDM-in 60% düşmüşdür. Qeyd etmək lazımdır ki, Rusiya xidmət sektoru XX əsrin son onilliyində və XXI əsrin əvvəlində çox

yüksək inkişaf dinamikası ilə fərqlənmişdir (müqayisə üçün 1990-cı ildə Rusiyanın ÜDM-da həmin sahənin payı cəmi 35 % təşkil etmişdir, yəni hal-hazırda onun ümumi payı iki dəfə artmışdır).

Dünya xidmətlər bazarının xüsusiyyətləri

Beynəlxalq xidmətlər ticarəti – dünya ticarətinin ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir. Beynəlxalq valyuta fondunun məlumatlarına görə, xidmət ixracının ümumi həcmi mal və xidmətlərin ümumdünya ixracat həcminin təqribən 20%-ni təşkil edir. REA-nın Dünya İqtisadiyyatı və Beynəlxalq Münasibətlər İnstitutunun tədqiqatlarına əsasən, xidmətlərin dünya ixracatında ümumi çəkisi daima artacaqdır və 2015-ci ilə 30% təşkil edəcəkdir. Xidmətlərlə ticarət mal ticarəti ilə müqayisədə daha sürətlə inkişaf edir – onun ikiqat artımı üçün 7-8 il tələb olunmuşdur, halbuki mal ixracının həcmində analoji artım 15 ilə baş vermişdir. DTT-nin məlumatlarına əsasən, 1980-2003-cü illər ərzində ümumdünya xidmətlər ixracı 4 dəfədən çox – 402 milyard dollardan 1763 milyard dollara qədər artmışdır.

Ümumdünya xidmətlər ixracı strukturunda son zamanlar böyük dəyişikliklər baş vermişdir. Əvvəllər hökm sürən «nəqliyyat» seqmentinin çəkisi getdikcə azalır (bu mövqə yüklərin daşınmasından, o cümlədən nəqliyyat vasitələrinin içərisindən və sərnişinlərin daşınmasından ibarətdir); 1980-ci illərdən etibarən bu seqment üçüncü yerə enmiş, onun beynəlxalq xidmətlər ixracında çəkisi isə 2002-ci ilə 42%-dən 22,7%-ə qədər azalmışdır. «Digər xidmətlər» qrupuna aid xidmətlərin çəkisi daha sürətli tempiylə artır: son 20 il ərzində bu mövqeyə daxil olan əməliyyatların həcmi 5 dəfə artmış və qrup 45% çəki ilə beynəlxalq xidmətlər ticarətində ümumi çəki ilə lider olmuşdur.

Bu cür səbəblər ondan ibarətdir ki, artımın əsasını xaricdə istehsalat müəssisələrinə xidmətlərin göstərilməsi ilə

bağlı işgüzar xidmətlərin yeni növləri təşkil edir. İşgüzar xidmətlər qrupuna peşəkar və idarəetmə xidmətləri (müxtəlif məsləhət növləri, eləcə də hüquqi, mühasibat yardımı); informasiya xidmətləri (proqram təminatı, informasiyanın işlənməsi, məlumatlar bazalarının təşkili və s.); fərdi xidmətlər (kadrların seçimi, hazırlanması, təlimi və stajirovkası); əməliyyat xidmətləri (müəssisənin idarə olunması, məhsulun keyfiyyətinə nəzarət, istehsalat tullantılarının ləğvi); tam həcmdə bank və sığorta xidmətləri; laborator, bazar və proqnoz tədqiqatları; reklam; satış, vasitəlik, rabitə və icarə sahəsində xidmətlər, texniki avadanlığın təmiri və texniki xidməti və kosmos məkanının mülki məqsədlərlə öyrənilməsi sahəsində xidmətlər aiddir.

Dünya xidmətlər bazarında inkişaf etmiş ölkələr üstünlük təşkil edir. Tədricən azalmaya baxmayaraq, onların dünya xidmətlər ixracatında çəkisi təqribən 75% təşkil edir. Bununla belə, ümumdünya xidmətlər ixracının 2/3 hissəsi və həmin xidmətlərin idxalının 1/2 hissəsi səkkiz qabaqcıl ölkənin dünya xidmətlər ixracının 44 % isə dörd ölkənin – ABŞ, İngiltərə, AFR və Fransanın üzərinə düşür. Ümumiyyətlə, inkişaf etmiş ölkələr üçün xidmətlərlə xarici ticarətdə mənfi saldonun mövcudluğu səciyyəvi haldır, lakin bu amil həmin qrupdan olan bəzi ölkələrin iri xidmətlər ixracatçılarna aid edilməsini istisna etmir. Belə ki, Koreya Respublikası mühəndis-konsultasiya və inşaat xidmətlərinin, Meksika – turizm xidmətlərinin göstərilməsi ilə ixtisaslaşmış, Sinqapur isə iri maliyyə mərkəzidir. Keçid iqtisadiyyatını yaşayan ölkələrin dünya xidmətlər ixracında payı təqribən 4% təşkil edir (Rusiya – 0,9% ilə dünyada 24-cü yeri tutur). Qeyd olunanlara baxmayaraq, bu ölkələr turizmin, nəqliyyat (dəniz daşımaları), mühəndis-konsultasiya və inşaat xidmətlərinin inkişafı üçün kifayət qədər potensial ehtiyatlara malikdirlər.

Rusiyada xidmətlər bazarı bazar islahatından sonra, yəni 1990-cı illərin birinci yarısından etibarən inkişaf etməyə başlamışdır. Bu zamana qədər əksər xidmətlər sektorunda

fəaliyyət dövlət tərəfindən tənzimlənirdi, bir sıra hallarda dövlət xidmətlərin əsas tədarükçüsü qismində çıxış edirdi. Yerli xidmətlər bazarı bugünə qədər fasiləsiz inkişaf prosesini yaşayır: 1994-2002-ci illərdə Rusiyada xidmətlər ixracı dəyərinə görə 1,5 dəfə artmış və təqribən 14 milyard dollar təşkil etmişdir. Lakin xidmətlər ticarətində mövcud olan saldo mənfi olaraq qalmışdır və 2003-cü ildə 10,8 milyard dollara çatmışdır. Xidmətlərin əksəriyyəti uzaq xarici ölkələrə ixrac olunur. Təkcə MDB ölkələrinin üzərinə ixracın 20%-i düşür.

Rusiyanın xarici xidmətlər ticarət strukturu kifayət qədər təkmilləşməmişdir. Rusiyanın xidmətlər ixracında ümumi çəkisinə görə birinci yeri beynəlxalq turizm tutur. Turizmin payı təqribən 42% təşkil edir. Lakin bu sahə Rusiyada xidmətlərin idxalında da lider mövqə tutur. 2002-ci ildə Rusiya vətəndaşlarının xaricə səfər etmək xərcləri beynəlxalq turizmdən əldə edilən gəlirdən 5 dəfə artıq olmuşdur. Rusiyanın xidmətlər ixracında ikinci yeri nəqliyyat sahəsi tutur. Eyni zamanda «digər xidmətlər» kateqoriyasının üzərinə Rusiya ixracının cəmi 25%-i düşür ki, bu da dünyadakı vəziyyətdən kəskin şəkildə fərqlənir (dünyada bu kateqoriyanın çəkisi 45% təşkil edir). Rusiyanın işgüzar xidmətlərin ixracında genişlənməsi həmin xidmətlərin dünya bazarına tədarükü üçün lazım olan maddi-texniki bazanın zəif inkişafı ilə izah olunur. Bununla yanaşı, beynəlxalq xidmətlər mübadiləsində transsərhəd ticarət Rusiya üçün əsas sayılır (bir çox inkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq), Rusiya xidmətlər tədarükçülərinin xarici ölkələrdə kommersiya iştirakı isə açıq şəkildə kifayət deyildir.

Rusiyanın xidmətlər sahəsində vəziyyətin yaxılaşması, ilk növbədə xarici investisiyalardan asılıdır. Vasitəçilik və konsaltinq, o cümlədən ictimai-iaşə, ticarət, mehmanxana sektorları xarici investorları ən çox cəlb edən sahələrdir. Lakin xarici firmaların Rusiya partnyorları ilə əməkdaşlığı əksər hallarda sonuncuların maraq və hüquqlarına heç də tam və dolğun cavab vermir. Xarici iştirakçı firmalarla Rusiyanın gömrük,

valyuta və vergi qanunvericiliyinin pozulması hallarına rast gəlinir. Beləliklə, xarici investorlar tərəfindən Rusiya qanunlarının icrasına nəzarəti gücləndirmək lazımdır.¹

Beynəlxalq xidmətlərlə ticarətin artması beynəlxalq xidmətlər bazarının tənzimlənməsi zərurətini ön plana çəkmişdir. 1970-1980-cı illərdə dövlət gənc sektoru müdafiə edərək və proteksionizm siyasətini aparmaqla xidmətlər ticarətini sərt şəkildə tənzimləmişdir. Maneələr, müxtəlif gömrük nəzarəti formaları, qiymətlərə nəzarət, standart və lisenziyalaşmalar, yerli və xarici firmalara diferensial münasibət qaydaları yaranmışdır. Beynəlxalq ticarət xidmətlərinin tənzimlənməsi tədbirləri şərti olaraq iki qrupa bölünmüşdür: 1)birbaşa tənzimləmə vasitələri; 2)gizli tənzimləmə vasitələri.

Birbaşa vasitələrə xidmətlər ticarətinin həcmi məhdudlaşdıran maneələr aid edilmişdir. Əksinə, gizli vasitələr xidmətlər ticarətinin həcminə birbaşa təsir göstərmir. Hər bir qrup diskriminasiya və qeyri-diskriminasiya tədbirlərinə bölünür (yəni milliyyətindən asılı olmayaraq xidmətlər tədarükçülərin buraxılış və fəaliyyətini məhdudlaşdıran və xarici şirkətlərə münasibətdə diskriminasiya xarakteri daşımayan vasitələr).

Birbaşa diskriminasiya maneələri qrupuna ölkə daxilində xarici firmalar tərəfindən malların daşınmasına birbaşa qadağanın qoyulması təcrübəsini, eləcə də telekommunikasiya xidmətlərinin göstərilməsinə qadağanın qoyulmasını aid etmək olar. Bu cür qadağalar, yalnız, iqtisadi deyil, həm də siyasi səbəblərdən tətbiq oluna bilər. Məsələn, Transsibir neft kəmərinin tikintisi zamanı SSRİ-yə avadanlıq və texnolo-

¹ Вах.: Международные экономические отношения Под ред. И.П.Фаминского.

giyaların tədarükünə ABŞ hökuməti tərəfindən qadağanın qoyulması (1992-ci il).¹

Birbaşa diskriminasiya maneələr qurpuna eləcə də, kvotalaşdırma, rüsum və gömrük yığımları, yerli komponentin mütləq saxlanması tələbi, yerli şirkətlərin kapitalında xarici iştirakın həyata keçirilməsinə məhdudiyyətlər və müəyyən xidmət növlərinin xarici firmalar tərəfindən satışına qadağalar aiddir. Belə ki, bəzi ölkələrdə xarici şirkətlərə vətəndaşların birbaşa sığorta edilməsi qadağan edilmişdir.

Birbaşa qeyri-diskriminasiya maneesinə misal olaraq dəmir yolu nəqliyyatında və telekommunikasiya sahəsində dövlət monopoliyasının məhdudluğunu göstərmək olar. Belə hallarda dövlət həm milli, həm də xarici sahibkarların konkret bazara daxil olmasını və ya göstərilən xidmətlərin qiyməti üzərinə dövlət nəzarətinə sahib olmasını məhdudlaşdırır. Sonuncu əksər hallarda hava daşımaları, maliyyə xidmətləri, telekommunikasiyalar və digər sahələrdə tətbiq olunur. Bu cür sahələrdə dövlət minimal və maksimal qiymət dərəcələrini təyin edir, qiymətlərin hesablanması metodikasını hazırlayır.

Tənzimləmənin gizli diskriminasiya vasitələrinə müxtəlif məhdudiyyətlər, eləcə də xarici firmaların hökumət kontraktlarında iştirakını istisna edən hökumət satınalmaları sistemi aid edilir.

Hal-hazırda mövcud olan tənzimləmə sistemi bir neçə səviyyədə fəaliyyət göstərir. Yuxarıda nəzərdən keçirilən dövlət tənzimləmə sistemi ilə yanaşı, ölkənin daxilində beynəlxalq səviyyədə (ikitarəfli, regional və çoxtərəfli səviyyədə) xidmətlər ticarətinin beynəlxalq tənzimlənməsi həyata keçirilir.

Uzun müddət ərzində beynəlxalq xidmətlər ticarəti ikitərəfli səviyyədə (dövlətlər arasında və ya dövlətlərlə xidmətlər sahəsində çalışan xarici firmalar arasında) tənzimlənməmişdir. Regional səviyyədə beynəlxalq xidmətlər ticarətinin

¹ Международные экономические отношения/ Под ред. Н.Н.Ливенцева. М.: РОССПЭН, 2001

tənzimlənməsinə əyani misal kimi Avropa İttifaqını (Aİ) və Azad ticarət haqqında Şimali-Amerika sazişini göstərmək olar. Lakin son zamanlar xüsusi hökumətlərarası təşkilatlar- (Beynəlxalq Milki Aviasiya Təşkilatı BMAT), Beynəlxalq Dəniz Təşkilatı (BDT), Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT), eləcə də geniş profili Beynəlxalq Ticarət-İxrac təşkilatları (BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransı, İqtisadi əməkdaşlıq və İnkişaf təşkilatı, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı) çərçivəsində həyata keçirilən çoxtərəfli tənzimləmə böyük rol oynamaqdadır. 1980-ci illərin ortalarına xidmətlər ticarətinin tənzimlənməsi məsələsi ikinci plana keçmiş və onun liberallaşdırılması prosesi başlamışdır. Xidmətlərlə beynəlxalq mübadilə kompleks beynəlxalq danışıqların predmeti olmuşdur. Uruqvay raundu nəticəsində xidmətlər ticarətinin liberallaşdırılması haqqında razılıq əldə olunmuşdur. 01 yanvar 1995-ci ildən etibarən isə, Xidmətlər ticarəti üzrə Baş saziş qüvvəyə minmişdir. Həmin saziş Beynəlxalq Ticarət Təşkilatının (DTT) yaradılmasına dair sənədlər paketinin tərkib hissəsini təşkil etmişdir. XTVA ilk dəfə olaraq ədalətli rəqabət və razılaşdırılmış qaydalar əsasında beynəlxalq xidmətlər ticarətinin qeyri-diskriminasiya mexanizmini yaratmışdır.

Xidmətlərlə ticarətin əsasını XTVA-in aşağıdakı prinsipləri təşkil edir:

- yüksək rifah rejimi – müxtəlif ölkələrdən olan xidmətlərə və onların istehsalçılarna bərabər münasibəti təyin edir. XTVA istisna hallara yalnız dövlətin – DTT üzvünün əvvəlcədən bu cür rejimi yaratmaq iqtidarında olmadığı şəraitdə yol verir. 5 ildən sonra istisnalara yenidən baxılır, 10 ildən sonra isə istənilən halda ləğv olunur;

- tənzimlənmənin şəffaflığı – hər bir ölkə xüsusi sorğu xidmətinə malik olmalıdır. Həmin xidmət digər üzv ölkələrə xidmətlərlə ticarət qanunvericiliyi barədə istənilən məlumatları təqdim etməlidir;

- xidmətlər (sertifikatlar, lisenziyalar və s.) tədarükçülərinin ixtisasının qarşılıqlı şəkildə tanınması;

- xidmətlər sahəsində rəqabətin məhdudlaşdırılması ilə bağlı məsələləri tənzimləyən qaydalar;

- xidmətlər bazarının liberallaşdırılması üzrə öhdəliklər:

-bazarın əlverişlilik dərəcəsinin artırılması, yəni xarici iştirak payı, yerli nümayəndəliklərin açılması, göstərilən xidmətlərin və ya həyata keçirilən əməliyyatların sayı, sektorda çalışanların və ya tədarükçülərin sayı kimi sahələrdə məhdudiyyətlərin tədricən aradan götürülməsi;

- milli rejimin təqdim olunmasına tədricən istiqamətlənmə. Dövlətlərlə – DTT üzvləri arasında aparılan danışıqlar gedişatında həmin ölkələr rejimin gələcəkdə şamil olunacaq xidmətlər sektorlarını, eləcə də onun tətbiqi şərtləri və müddətlərini müəyyən edirlər.

Bütün ölkələr üçün – DTT üzvləri üçün ümumi, mütəlx qaydalarla yanaşı, XTBA ticarətin ayrı-ayrı qruplarla və xidmət növləri ilə liberallaşdırılması üzrə konkret Sektoral öhdəliklər irəli sürmüşdür.

Eyni zamanda XTBA – dünya xidmətlər ticarətinin beynəlxalq tənzimləmə sisteminin yaradılması sahəsində ilk addımdır. Bazarın liberallaşdırılması prosesi davam etməkdədir.

Beynəlxalq turizm xidmətlər sahəsinin ən zəruri sektorlarından biri kimi

Beynəlxalq turizm həm dünya iqtisadiyyatında struktura və ümumi vəziyyətə, həm də əksər ölkələrin və ayrı-ayrı dünya regionlarının təsərrüfatına təsir göstərən mürəkkəb və kompleks fəaliyyət sahəsidir. *Beynəlxalq turizm* – hər hansı ölkənin ərazisində xarici turistlərə turizm xidmətlərinin göstərilməsi və turizm məhsullarının təqdim olunması ilə bağlı müəssisənin sistemli, məqsədyönlü fəaliyyətidir. Turizmi ölkəyə ixrac etmək və ölkədən idxal etmək olar. Turizm ixracı – turist tərəfindən pul vəsaitlərinin ölkəyə gətirilməsi ilə müşayiət olunan, ölkəyə turist təsərrüfatlarının gətirilməsi

deməkdir. Əksinə, turizm idxalı – turist tərəfindən pul vəsaitlərinin ölkədən çıxarılması ilə müşayiət olunan, ölkədən turist təəssüratlarının aparılması deməkdir.¹ Turizm xidmətlərinin göstərilməsinə görə ödənişlərin ölkəyə daxil olması prosesi turizm ixracı adlanır. Eyni zamanda, xarici turist ölkəyə gələrək, öz turist tələbatlarını ödəmək məqsədi ilə vəsaitlərinin xərclənməsi proseduru həmin ölkəyə turizm idxalı adlanır. Turizm idxalı zamanı pul axınının istiqaməti turistlərin axını istiqaməti ilə uyğun olur – bu amil turist idxalının əsas xüsusiyyətidir, çünki sonuncu halda pul axını əks istiqamətdə hərəkət edir. Turizm idxalı zamanı turist turizm xidmətlərinin istehlakçısı qismində çıxış edir.

Turizm xidmətləri aşağıdakı qaydada təsnif olunur:

- turistlərin yerləşdirilməsinə görə (mehmanxanalar, motelər, kempinqlər, pansionatlar, sanatoriyalar, turist bazarları və s.);
- turistlərin qida ilə təmin edilməsinə görə (restoranlar, kafe və barlar);
- turistlərin müxtəlif nəqliyyat növləri ilə həm səfər etdikləri ölkə, həm də tranzit səfəri zamanı digər ölkələrin ərazisindən hərəkət etməsinə görə;
- xidmətlərin – reklam və məişət xidmətlərinin göstərilməsinə görə (turizm firmalarının səfər marşrutlarının işlənməsi, nəqliyyatda və hərəkət vasitələrində yerlərin tutulması üzrə xidmətlər);
- ekskursiya xidmətlərinin göstərilməsinə görə (tərcümə və ekskursovod xidmətləri);
- mədəni tələbatların təmin olunmasına görə (teatrlara, kino, konsert zallarına, muzeylərə, sərgilərə, şəkil qalereyalarına, parklara, attraksionlara, təbiət və tarixi qoruqlara baş çəkmə, tarix və mədəniyyət abidələrinə baxış, festival-larda, idman yarışlarında və digər tədbirlərdə iştirak);

¹ Вах.: Балабанов И.Т., Балабанова А.И. Внешнеэкономические связи. М.: Финансы и статистика. 2000

- turistlərin işgüzar və elmi maraqlarının təmin olunmasına görə (konqreslərdə, assambleyalarda, elmi konfranslarda, simpoziumlarda, müşavirələrdə, yarmarkalarda iştirak, həm ümumi, həm də xüsusi təyinatlı ticarət tədbirlərində iştirak);

- nəzarət-inzibati orqanların (sərhəd, gömrük, karantin, valyuta, polis xidmətlərinin, eləcə də sənədlərin – viza, pasportların tərtibatı ilə məşğul olan orqanların) fəaliyyətinə görə;

- turistlər üçün informasiya xidmətlərinin fəaliyyətinə görə (yer kürəsinin bu və ya digər regionunun turizm resursları, orada olan yerləşmə vasitələri, gömrük və sərhəd rəsmiyyətləri və yerləşmə ölkəsində valyuta məzənnələri, nəqliyyat növləri, marşrutlar barədə informasiya və s.);

- informasiya vasitələrinin fəaliyyətinə görə (qəzetlər, jurnallar, kitab nəşrləri);

- təbiət, tarixi və mədəni irsin mühafizəsi xidmətlərinin fəaliyyətinə görə;

- həm ümumi, həm də xüsusi təyinatlı ticarət müəssisələrinin fəaliyyətinə görə (suvenirlərin, hədiyyələrin satışı);

- turistlərin sığortalanması və onlara tibbi yardımın göstərilməsi üzrə;

- dövlət turizm orqanlarının fəaliyyətinə görə;

- xarici hüquqi şəxslərin və ictimai turizm təşkilatlarının fəaliyyətinə görə.

Bununla belə, turizm xidmətləri əsas, əlavə və yanaşı qruplara bölünür.

Əsas turizm xidmətləri tura daxil edilib və turizm xidmətlərinə dair müqavilə və putyovka ilə müəyyənləşdirilir. Bu cür xidmətlərə yerləşmə, qida, nəqliyyat və ekskursiya xidmətləri aiddir.

Əlavə xidmətlərin əvəzi istifadə anına, səyahət zamanı və yaxud yerindəcə ödənilir. Bu cür xidmətlər qrupuna əlavə eks-

kursiyalar, müalicəvi bədən tərbiyəsi, tibbi xidmətlər, mədəni tədbirlər aiddir.

Yanaşı xidmətlər suvenirlərlə təminatı, valyuta-kredit, informasiya və digər xidmətləri, o cümlədən xüsusi rabitə xidmətlərini nəzərdə tutur.

Əlavə və yanaşı xidmətlər arasında dəqiq sərhəd mövcud deyildir.

Turistlərə xidmətlərin göstərilməsi inkişaf etmiş infrastrukturun, o cümlədən mehmanxanaların, pərakəndə satış, mədəniyyət, idman müəssisələrinin, daxili nəqliyyat mövcudluğunu tələb edir. Beləliklə, turizm – iqtisadi kateqoriyadır, çünki dövlət turisti qəbul edərək yerli xidmət və malları ona satır, öz vətəndaşları üçün iş yerləri yaradır, valyuta axını hesabına gəlir əldə edir. Bir çox ölkələrdə turizm iqtisadi fəaliyyətin daha gəlirli və əhəmiyyətli növüdür, bəzən isə praktiki olaraq valyuta axınlarının yeganə mənbəyidir. Həmin valyuta ehtiyatları hesabına dövlət iqtisadi inkişafın yüksək səviyyəsini və öz vətəndaşlarının yüksək yaşayış rifahını təmin edir.

Turizm əhalinin məşğulluğuna da böyük təsir göstərir. Turizm çoxsaylı iqtisadi sahələri əhatə etdiyindən, həmin sahədə çalışan işçilərin sayını hesablamaq olduqca çətindir. Turizm sektoru ilə digər iqtisadi sektorlar arasındakı əlaqələrin rəngarəngliyi və əməyin spesifik xarakterdə real qiymətləndirmənin aparılmasında müəyyən çətinliklər yaradır.

Birmənalı olaraq, qeyd etmək olar ki, ölkənin inkişaf səviyyəsindən asılı olmayaraq turizm çoxsaylı iş yerlərinin yaradılmasına böyük təkan verir. Həmin iqtisadiyyat sektorundan asılı olan kiçik ölkələrdə əmək qabiliyyətli əhalinin 50%-dən artığı bilavasitə və ya dolayısı ilə turizmlə bağlı fəaliyyətə cəlb olunmuşdur (fəsillər üzrə).

İri sənaye ölkələrində turizm sahəsində əmək qabiliyyətli əhalinin yalnız 5%-i çalışır. Məsələn, Avropa İttifaqı ölkələrində hər yeddinci, Şərqi Avropada isə hər on ikinci iş yeri turizmlə bağlıdır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə digər

iqtisadi sahələrə nisbətdə turizm sahəsində çoxsaylı iş yerləri açılır. ÜTT-nin məlumatlarına əsasən, 2005-ci ildə turizm sektorunda iqtisadi aktiv əhalinin təqribən 8,3 %-i çalışmışdır.

Turizm struktur baxımdan zəif olan regionların inkişafının stimullaşdırılmasında getdikcə böyük rol oynayır. Ucqar, az əhalili və sənaye baxımından zəif inkişaf etmiş regionlarda turizm müəssisələrinin yaradılması əhalinin şəhərə axını, kənd təsərrüfatı torpaqlarının azalması, ənənəvi həyat tərzinin dağılması kimi neqativ halların gələcək inkişafının qarşısını alır, yerli mədəni dəyərlərin çiçəklənməsinə, turix və mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi və bərpaşına, yerli istehsal mallarına tələbatın artmasına zəmin yaradır. Məsələn, AFR-də Şlezviq-Qoşteyn əyaləti sahəsinə görə ən kiçik və sənaye baxımından ən zəif inkişaf etmiş bölgə olmaqla, öz çimərlikləri və kənd landşaftlarına görə Hamburq, Bremen, Berlin və Saar şəhərlərindən daha çox turist cəlb edir.

Lakin turizm iqtisadiyyata neqativ təsir də göstərə bilər. Belə ki, turizm məhsul və xidmətlərinin istehsalı ehtiyatların digər iqtisadi sahədən köçürülməsini tələb edir. Bu səbəbdən də tam təsəvvür üçün turizm və digər sahələrdə nadir ehtiyatlardan istifadə dəyərlərini müqayisə etmək lazımdır.

Qəbul edən tərəf məsələn, xarici turist üçün ənənəvi olan, lakin həmin ölkədə istehsal və istifadə olunmayan mallarla bağlı bir sıra xərclərdən keçmək məcburiyyəti qarşısında qalır. Bundan başqa, hava limanlarını, vağzalları, dəniz və çay limanlarını, mehmanxanaları, yolları və digər infrastruktur sistemlərini genişləndirmək və inkişaf etdirmək zərurəti yaranır. Turizmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq, inflyasiya yerli əhalinin istifadə etdiyi malların (məsələn, ərzaqların) azalmasına gətirib çıxara bilər. Inflyasiya riski inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bəzi malların ixracına dair təkliflərin qeyri-səmərəliliyi və mümkünsüzlüyü ilə izah oluna bilər. Inflyasiyanı məsələn, xarici qonaqlardan alınan maliyyə vəsaitləri hesabına xarici və yerli istehlakçılar tərəfindən tələbat

səviyyəsini azaltmaqla və ya ixracın səviyyəsini artırmaqla aradan qaldırmaq olar.

Lakin bəzi neqativ nəticələrə baxmayaraq, beynəlxalq turizm inkişaf etməkdə davam edir və ümumdünya xidmətlər idxalında qabaqcıl yerlərdən birini tutur.

2002-ci ildə dünya idxalının təqribən 8%, ümumdünya xidmətlər ticarətinin 30%, ümumi dünya məhsulunun 10,8%, dünya kapital vəsaitlərinin 9,4%, ümumdünya istehlak xərclərinin 11%, bütün vergi daxilolmalarının 5% turizmin üzərinə düşmüşdür, hər səkkizinci iş yeri turizm sahəsi ilə bağlı olmuşdur. 83% ölkələr üçün turizm beş gəlir mənbələrindən biridir, 38% ölkələr üçün isə əsas gəlir mənbəyidir. Məsələn, beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlirlərin ümumi həcmi Kipr adasında 52%, İspaniyada, Avstriyada, Türkiyədə – 35%-dən artıq, Portuqaliyada təqribən 20%, İsveçrə və İtaliyada 10-12% təşkil edir.

Bu gün turizm yalnız iri sektor kimi mövcud deyil, həm də son dərəcə dinamik inkişaf edən xidmətlər sahəsidir. Yüksək inkişaf templərinə görə turizm əsrin fenomeni hesab edilmişdir. XX əsrin ikinci yarısı ərzində beynəlxalq turistlərin sayı təxminən 28 dəfə artmış, bu xidmət növündən əldə olunan gəlirlər isə 237 dəfə artmışdır (cədvəl 24). Son 20 il ərzində beynəlxalq turizmin orta illik artım templəri 5,1% təşkil etmiş, 2002-ci ildə dünya üzrə turistlərin sayı 703 milyon nəfərə çatmışdır. Bu müddət ərzində beynəlxalq turizmdən əldə olunan valyuta ehtiyatları ildə orta hesabla 14% artmaqla (2001-ci ildə 476 milyard dollar), neft məhsullarının, avtomobillərin, telekommunikasiya avadanlıqlarının, tekstil məmulatlarının və digər mal və xidmətlərin idxalından əldə olunan gəlirləri üstələmişdir. 2002-ci ildə bu göstərici 471 milyard dollara qədər azalmışdır (498 milyard avro). Lakin valyuta məzənnələrindəki dəyişikliklər qısamüddətli tendensiyaaların düzgün şərhini çətinləşdirir, çünki 2002-ci ildə dollar 5% ucuzlaşmışdır. Bundan başqa, son zamanlar xərclərin qənaət edilməsi (yaşayış müddətinin azaldılması, ev ətrafında səyahətlərin təşkili,

daha qənaətli nəqliyyat vasitələrinin seçimi və s.) səbəbindən turizm gəlirləri nisbətən zəif olmuşdur. 2003-cü il beynəlxalq gəlirlərdə ən zəif il kimi qeydə alınmışdır 1,2%. Bu ilk növbədə, üç amillə izah olunur – İraqdakı münaqişələrlə, atipik pnevmoniya epidemiyası və zəif iqtisadi konyunkturanın hökm sürməsi ilə. Lakin artıq 2004-cü ildə turizmin sürətli inkişafı üçün uğurlu olmuşdur – beynəlxalq gəlirlərin sayı keçən ilə nisbətən 10% artmış və rekord həddə – 760 milyon nəfərə çatmışdır.

Turizmin inkişafında uzunmüddətli perspektivlər ÜTT ekspetlərində optimist fikirlər yaradır. Proqnozlaşdırılır ki, 2010-cu ilə turist gəlirlərinin sayı 1 milyard nəfəri ötəcək, 2020-ci ilə isə bu göstərici artıq 1,6 milyard nəfər təşkil edəcəkdir. 2020-ci ildə beynəlxalq turizm fəaliyyətindən əldə olunan gəlirlər 2 trilyon ABŞ dollarına qədər artacaqdır.

Müasir beynəlxalq turizm son dərəcə qeyri-bərabər ərazi yayımı ilə fərqlənir. Ən ümumi baxımda turizm sosial-iqtisadi inkişafın müxtəlif səviyyələrini əks etdirir. Belə ki, hal-hazırda inkişaf etmiş ölkələrin üzərinə bütün turist gəlirlərinin 57%-i, inkişaf etməkdə olan ölkələrin üzərinə 30%-i, keçid iqtisadiyyatını yaşayan ölkələrin üzərinə isə 13% -i düşür.

Cədvəl 24

1950-2000-ci illərdə beynəlxalq turizmin dinamikası

İl	Beynəlxalq turist gəlirlərinin sayı, milyon nəfər	turizmdən əldə olunan gəlirlər, milyard dollar
1950	25	2
1960	70	7
1970	160	18
1980	285	102
1990	460	265
2000	687	474
2002	703	471
2003	694	523
2004	760	məlumat yoxdur

ÜTT-nin məlumatlarına əsasən, əvvəlki kimi beynəlxalq turizm Qərbi Avropada daha sürətlə inkişaf etmişdir (58,5%-dən artıq gəlirlər və 60% valyuta mədaxilələri). Turistlərin təqribən 18%-i Asiya-Sakit Okean regionuna, 17% - Amerikaya, azı 10% Cənubi Asiyaya və Afrikaya səfər edirlər.

Rusiya Federasiyasının yüksək potensialına baxmayaraq, dünya turizm bazarında sonuncu yeri tutur. Onun üzərinə ümumdünya turizm axınının təqribən 3%-i düşür. ÜTT mütəxəssislərinin hesablamalarına görə, Rusiyanın potensial imkanları turizm infrastrukturunun müvafiq inkişaf səviyyəsində ildə təqribən 40 milyona qədər turist qəbul etməyə imkan verəcəkdir, lakin hal-hazırda Rusiyaya gələn turistlərin sayı onun potensialına cavab vermir – təqribən 22,5 milyon turist

Bununla yanaşı, Rusiyada turizm ölkəyə valyuta daxil olmalarını səfərbər etmir, əksinə valyuta axınının legal kanalı qismində çıxış edir. Rusiya Mərkəzi Bankının məlumatlarına görə, «Səfərlər» maddəsi üzrə Rusiya Federasiyasının ödəniş balansının saldosu 2002-ci ildə 7,8 milyard; xidmətlərin ixracı 12 milyard, idxalı cəmi 4,2 milyard təşkil etmişdir. 1999-cu ilə nisbətən cəmləşdirilmiş saldonun mənfi saldo istiqamətində artımı baş vermişdir 3,1 milyarddan 7,8 milyard dollara qədər, bununla belə, xidmətlərin ixracı 2 dəfə, idxalı isə cəmi 16% artmışdır. Məsələn, qeyd edək ki, 1996-cı ilin nəticələrinə görə bu göstəricilər 7,1 milyard, xidmətlərin ixracı 10,0 milyard, cəmləşdirilmiş balans isə 2,9 milyard təşkil etmişdir. SSRİ-də isə 1990-cı ilə qədər turizmdən az, lakin müsbət balans mövcud olmuşdur (+0,8 milyard dollar).

Lakin Rusiyada turizmin inkişafına maneçilik törədən çoxsaylı problemlərə baxmayaraq, ekspertlər əmindirlər ki, ölkədə turizm biznesinin böyük gələcəyi var. Perspektivdə Rusiyanın üzləşdiyi çətinliklərə baxmayaraq, Beynəlxalq turizm təşkilatının və turizm və səyahət üzrə ümumdünya şurasının ekspertləri Rusiyada turizmin dünya səviyyəsinə çatmasını proqnozlaşdırırlar. Artıq 2004-cü ildə Rusiyaya gələn turistlərin sayının artması 10% təşkil etmişdir. Ekspertlər hesab edir-

lər ki, Rusiyada turizm gələcək 10 ildə investisiya bumu ilə üzləşməklə, dünya liderlərinin üçlüyünə daxil olacaqdır. 2005-2014-cü illər ərzində ölkə turist sektoruna qoyulan sərmayələrin həcminə görə ikinci yerə qalxacaqdır. 2020-ci ildə gələn xərclərin sayı 47,1 milyon nəfərə çatacaqdır. Bununla belə, Rusiyanın turist ehtiyatlarının həcmi ehtimal ki, 100 milyon nəfər təşkil edəcəkdir.

RF-də beynəlxalq turizmin inkişafının proqnozlaşdırılması zamanı nəzərə almaq lazımdır ki, coğrafi yerləşmənin xüsusiyyətləri Rusiyaya turizm xidmətləri bazarında iki üstün cəhət bəxş edir.

Birincisi, Rusiya əsas turist tədarükçüsü olan və bundan sonra da olacaq Avropa ilə həmsərhəddir.

İkincisi, Asiya regionuna ərəzi baxımından yaxınlıq. Yaxın 20 ildə turizm ən yüksək tempiylə məhz bu regionda inkişaf edəcəkdir. 2002-ci ildə turizmin inkişafı üzrə ən aparıcı dövlətlərdən biri Çin olmuşdur (ildə 36,8 milyon turist, dünya bazarının 5%). Onluq siyahıda birinci yerləri Yaponiya və Koreya bölüşdürürlər, bu da Rusiyanın xarici turistlərin ölkəyə gəlməsi şansını ikiqat artıracaqdır.

FƏSİL 11. RUSİYANIN XARİCİ TİCARƏTİ

RF xarici ticarətinin inkişafının dinamikası

Xarici ticarətin əhəmiyyətini qiymətləndirməmək çətin-dir. O, iqtisadi inkişafı stimullaşdırır, belə ki, onun köməyi-lə xalq təsərrüfatında istifadə olunan ehtiyatlarının həcmi azalır, onların maddi – cismi forması dəyişir. Xarici ticarət rəqabət qabiliyyətli sahələrdə istehsalı genişləndirməyə imkan verir, bununla da, məşğulluğun artmasına səbəb olur.

Eyni zamanda Rusiyanın dünya ticarətində payı o qədər də böyük deyil. SSRİ bu sahədə maksimal həddə 1983-cü ildə çatmışdır (3,4%), sonradan bu rəqəm tədricən azalmağa baş-lamış və 1990-cu ildə 1,8% olmuşdur. 2000-ci ilə qədər Rusiya-nın payı azalmaqda davam edirdi. Belə ki, DTT-nin məlu-matlarına görə, 1999-cu ildə Rusiyanın dünya ticarətində ümumi çəkisi 1,3 % (dünya ölkələri arasında 20-ci yer), dünya ixracında isə 0,9% (28-ci yer) təşkil etmişdir. Sonrakı üç ildə Rusiya idxal və ixracının dəyər həcm-ləri artma tendensiyala-rına malik olmuşdur. 2003-cü ilə Rusiyanın dünya idxalında payı 1,8%-ə (17-ci yer), dünya ixracında isə 1,0%-ə (23-cü yer) çatmışdır (bax. Международные экономические отношения), bu da ki, öz növbəsində Malayziya və Tailand kimi ölkələrin səviyyəsilə eynidir. Lakin bir neçə mal qruplarına (istehlak qrupları) görə Rusiya öz-özlüyündə bir sıra dövlətlər üçün əhəmiyyətli, bəzən də əsas bazar rolu oynayır. Rusiya bazarı bir sıra ölkələr üçün əhəmiyyətli və əsas bazar sayılır. Rusiya bazarı ərzaq məhsullarının, parfümeriya, kosmetika, ayaq-qabı, mebellərin və Aİ ölkələrindən ixrac olunan malların sa-tışında əhəmiyyətli rol oynayır. Bu həm də ABŞ-dan olan məhsullara da şamil olunur. Xüsusilə də ABŞ-dan gətirilən quş ətinin çəkisi 40% təşkil edir.

Rusiyanın xarici ticarətinin inkişafının müasir mərhələdə 1990-cı illərin ilk islahatlarından başlamışdır. Həmin dövrdə

xarici ticarət üzərində dövlət monopoliyası ləğv edilmiş və xarici iqtisadi fəaliyyətin (XİF) liberallaşması başlanmışdır. Həساب olunurdu ki, XİF ölkələrinin xarici ticarətinin effektivliyini artıracaq, onun mal strukturunu gücləndirəcək. Lakin qeyd olunan məqsədlərə nə ilk liberallaşma, nə də hal-hazırda nail olunmamışdır. Bundan başqa, Rusiyanın xarici ticarətin həm dəyər, həm də struktur parametrlərinə görə yenidənqurma dövründən əvvəl mövcud olan səviyyəyə çatmamışdır.

1986-1991-ci illərdə dərin iqtisadi tənəzzül şəraitində hələ SSRİ-nin tərkibində olan Rusiyanın xarici-ticarət dövriyyəsi iki dəfə azalmış, xarici-ticarət balansının saldosu isə mənfi olmuşdur. Bu tendensiya 1990-cı illərin əvvəllərində, hətta 1992-ci ildə Rusiya dünya iqtisadiyyatının müstəqil subyekti qismində iştirak etməyə başladıqdan sonra da mövcud olmuşdur. Mal dövriyyəsinin azalması 1992-ci ilin sonuna qədər davam etmişdir və yalnız xarici-iqtisadi sahədə baş verən proseslərlə deyil, həm də ölkədə mövcud olan qeyri-sabit sosial-iqtisadi vəziyyətlə – sənaye və kənd təsərrüfatı istehsalının azalması, xarici-iqtisadi əlaqələrin idarə edilməsi sisteminin dağılması, keçmiş SSRİ ölkələri ilə təsərrüfat əlaqələrinin kəsilməsi, RF xarici ticarətinin nəqliyyat təminatının pisləşməsi, eləcə də dünya bazarı konyunkturasının dəyişməsi ilə izah olunurdu.

1993-cü ildən Rusiya xarici ticarətinin illik həcmi nisbətən artmağa başlamışdır. Lakin 1993-cü ildə bu artıma yalnız MDB ölkələri ilə xarici-ticarət əlaqələrinin aktivləşməsi hesabına nail olunmuşdur. Xarici ölkələrlə ticarətin həcmi yalnız 1994-cü ildə artmışdır. Həmin ildə də Rusiya mal dövriyyəsinin sabit artımı qeydə alınmışdır (həm dəyər, həm də əsas idxal mallarının – xam neftin və neft məhsullarının, qara və əlvan metalların fiziki həcmələrinə görə). 1997-ci ilə RF xarici-ticarət dövriyyəsi 1993-cü ilə nisbətən 1,5 dəfə artmışdır. Rusiyanın xarici ticarətinin artması bir sıra amillərlə bağlıdır:

- mal ixracının fiziki həcmində artım. Məsələn, əgər 1992-ci ildə 66 milyon ton neft ixrac edilmişdirsə, artıq 1996-cı ildə bu rəqəm 100 milyon tona çatmışdır;

- 1990-cı illərin ortalarında Rusiyanın ixrac etdiyi məhsullarına dünya qiymətlərinin artması. Qiymət artımı 1995-ci ildə ixracın dəyər həcminin $\frac{3}{4}$ artımını və 1996-cı ildə $\frac{1}{2}$ dəfə artımını təmin etmişdir;

- xarici-iqtisadi siyasətdə gözcəcarpan dəyişikliklərin edilməsi. 1990-cı illərin ikinci yarısında ixrac tənzimlənməsinin tarif və qeyri-tarif mexanizmlərinin zəifləməsi baş vermişdir. Belə ki, əgər 1993-cü ildə kvotalaşdırma və lisenziyalaşdırma ixracın 77%-ni əhatə etmişdirsə, artıq 1996-cı ilin sonuna bu tədbirlər ixrac olunan məhsulun 12%-nə şamil olunmuşdur.

1993-1996-cı illər ərzində Rusiyanın xarici-ticarət dövriyyəsi idxal sayəsində də artmışdır. Lakin idxal proseslərinin zəif inkişafına ödənişlər sahəsində mürəkkəb vəziyyət, daxili bazarın malları dolması və əhəlinin ödəmə qabiliyyətinin azalması təsir göstərmişdir.

Lakin, artıq, 1997-ci ildə Rusiyanın xarici-ticarət dövriyyəsinin inkişafında neqativ amillər yaranmışdır (mal dövriyyəsinin dəyər ifadəsində artım templəri 1994-1996-cı illərdəki 12 % nisbətinə təqribən 5% təşkil etmişdir). Bu zaman dünya konyunkturasının pisləşməsi, enerji daşıyıcılarının qiymətlərinin enməsi şəraitində Rusiya ixracatının intensiv inkişaf imkanları artıqtükənmişdir. İdxal tədarükləri sürətlə artmışdır, halbuki ÜDM, ümum daxili tələbat və əhəlinin real gəlirləri az artmışdır (stabil valyuta kursunda və rublun bahalaşması fonunda). Daxili bazarın malları təmin olunması dərəcəsi son həddə çatmışdır. Bəzi mövqelər üzrə idxal asılılığı 100%-ə çatmışdır. Bu, ilk növbədə, yerli məhsulları pərakəndə ticarətdən sıxışdırmış əvəzedici çeşid məhsullarına aiddir.

1998-ci ildə beş il stabil inkişafdan sonra Rusiyanın xarici ticarət həcmi 16,8% azalmışdır, bu da, ilk növbədə, 1998-ci il avqust ayının valyuta böhranı ilə əlaqədar idi. Bu il rublun 3

dəfə devalvasiyası ilə əlaqədar idxalın həcmi 10 mlrd. dollar azalmışdır. Bundan əlavə, aparıcı bankların müflis olması ödəmə sistemini iflic vəziyyətinə qoymuşdur, bu da ixrac əməliyyatlarının yerinə yetirilməsinə neqativ təsir göstərmişdir.

1999-cu ildə Rusiyanın xarici-ticarət dövriyyəsi azalmağa başlamış və 103,9 milyard dollar təşkil etmişdir. Lakin IV rübdə zəif artım (həm idxal, həm də ixracda) qeydə alınmışdır, artıq 2000-ci ildə sabit xarakter almışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Rusiya xarici ticarətinin inkişafında neqativ tendensiyalara baxmayaraq bütün keçid illəri ərzində Rusiya ticarət balansının əhəmiyyətli aktivinə malik olub və 2000-ci ildə o rekord səviyyə +60,7 mlrd. dollar təşkil etmişdir (cədvəl 25). Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, ticarət balansı neft və neft məhsullarına olan yüksək kontrakt qiymətləri ilə təyin edilirdi. Belə ki, 2000-ci ildə yanacaq-enerji kompleksi dəyərinin idxal həcmi 80%, eləcə də qiymət artımı hesabına 71 % artmışdır.

Cədvəl 25

Rusiyanın 1994-2004-cü illərdə xarici ticarəti, mlrd. dollar

	1994	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004
İxracat, ümumi	66,9	86,9	74,9	105,6	101,6	106,9	133,7	181,5
O cümlədən								
Xarici ölkələrə	53,0	70,9	59,1	91,3	86,4	90,7	113,2	152,1
MDB ölkələrinə	13,9	15,9	15,8	14,2	15,2	16,2	20,5	29,4
İdxal, ümumi	38,7	47,3	58,0	44,9	53,8	60,5	57,4	75,6
O cümlədən								
Xarici ölkələrə	28,3	32,8	43,7	31,4	40,7	48,2	43,8	57,9
MDB ölkələrinə	10,3	14,5	14,3	13,4	13,0	12,3	13,6	17,7

Saldo								
ticarət balansının, ümumi	+28,2	+39,6	+16,9	+60,7	47,9	+46,7	+76,3	+105,9
O cümlədən								
Xarici ölkələrə	+24,7	+38,1	+15,4	+59,9	+45,7	+42,5	+69,0	+94,3
MDB ölkələrinə	+3,6	-1,3	+1,5	+0,8	+2,2	+3,9	+7,3	+11,6

2001-ci ildə Rusiyanın xarici ticarəti 2000-ci ildə olduğundan ləng inkişaf edirdi. Xarici ticarətin inkişaf templərinin aşağı düşməsi enerji daşıyıcıları bazarında qiymətlərin aşağı düşməsi ilə əlaqədar olaraq ixrac həcmələrinin azalması ilə bağlı idi.

2003-2004-cü illərdə Rusiyanın xarici ticarət dövriyyəsi temp yığmağa başladı. Bu zaman həm ixracın, həm də idxalın inkişafı nəzərə çarpırdı. Rusiyanın təbii qaz və neft məhsullarına, eləcə də qara metalına kontrakt qiymətlərinin artması ixrac həcminə öz müsbət təsirini göstərmişdir.

2004-cü ildə Rusiyanın xarici ticarət dövriyyəsi 1990-cı illərin əvvəlindən ən böyük həddə çatmışdır. (257,1 mlrd. dollar). Bu baxımdan Rusiya tarixi ərzində ən böyük ixrac və idxal olmuşdur. RF-nin 2004-cü ildə xarici-ticarət saldosu 105,9 milyard dollar təşkil etmişdir ki, bu da 2000-ci ildəki maksimumdan artıq olmuşdur.

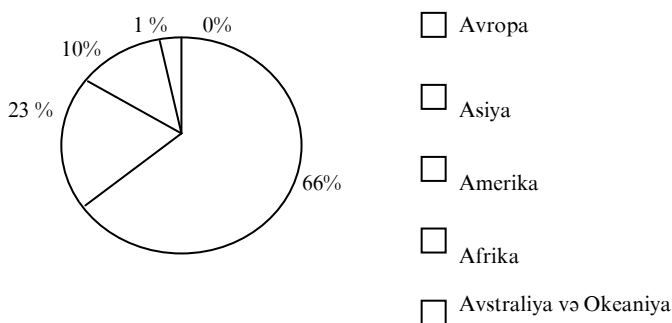
Rusiyanın xarici ticarətinin coğrafi strukturu

Ölkənin xarici ticarətinin qiymətləndirilməsində əsas göstərici mal axınlarının coğrafi paylanmasıdır.

1990-cı illərin əvvəllərində Rusiyanın mal dövriyyəsinin coğrafi strukturunda köklü dəyişikliklər baş vermişdir. 1980-ci illərdə o vaxtlar SSRİ-nin tərkibində olan Rusiyanın xarici ticarətində sosialist ölkələri başlıca yeri tuturdu, bu, əsasən, İqtisadi Yardım Şurasının (İYŞ) üzvləri idi. 1995-ci il üçün Ru-

siyanın ixracında vəziyyət kardinal olaraq dəyişmişdir. Rusiyanın ixracında inkişaf etmiş ölkələrin payı 67%-ə qədər artmış, keçmiş İYŞ ölkələrinin payı isə 13%-ə enmişdir. Bu onunla əlaqədardır ki, Rusiya ödəmə qabiliyyətli partnyorlara istiqamətlənməyə başlamışdır.¹

XXI əsrin əvvəllərində Rusiya 214 dövlət ilə və dünya ərazisi ilə ticarət qururdu, onlardan Avropada – 44, Asiyada – 51, Amerikada – 46, Afrikada – 55, Avstraliya və Okeaniyada – 18 ölkə idi. Rusiyanın ən iri ticarət partnyoru Avropadır, sonra Asiya, Amerika, Afrika, Avstraliya və Okeaniya gəlir (Şəkil 9.)



Şəkil 9. Rusiya xarici ticarətinin coğrafiyası

Rusiyanın xarici ticarətinin bu qaydada, yəni qitələr üzrə bölüşdürülməsi Avropaya coğrafi baxımdan yaxınlıqla, eləcə də Avropa ölkələrinin əksəriyyətinin inkişaf etmiş ölkələr qrupuna aid olması ilə izah olunur.

Rusiya xarici ticarətinin coğrafi strukturunu nəzərdən keçirərkən, adətən, iki əsas istiqamət ayrılır: MDB ölkələri

¹ Бах.: Семенов К.А. Международные экономические отношения. М.: Гардарики, 1998.

(yaxın xaric) və uzaq xaric. Rusiyanın mal dövriyyəsində uzaq xaricin inkişaf etmiş ölkələri üstünlük təşkil edir.

Uzaq xarici ölkələr ilə ticarət əlaqələri bir neçə regional istiqamət üzrə inkişaf edir. Bu, əsasən, Avropa regionudur. Burada üç subregional istiqaməti ön plana çəkmək lazımdır: Avropa İttifaqı, Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri, Balkan regionu.

Avropa İttifaqı – Rusiyanın ən iri partnyorudur. 2004-cü ilin yanvar-aprel aylarında onun payına Rusiya mal dövriyyəsinin 36,7%-i düşürdüsə, artıq Aİ 25 ölkəyə kimi genişlənməsindən sonra isə bu rəqəm – 48,3 % təşkil etmişdir. Aİ ölkələri arasında Rusiyanın əsas ticarət partnyorları Almaniya, onunla mal dövriyyəsi 2004-cü ildə 23,9 mlrd. dollar və Hollandiya (16,6 mlrd. doll.) təşkil olmuşlar (cədvəl 26).

Cədvəl 26

2000-2004-cü illərdə Rusiyanın əsas ticarət partnyorları

Ölkələr	2000-ci il		2001-ci il		2002-ci il		2003-cü il	
	Mal dövriyyəsi, mlrd.dol.	Mal dövriyyə-sində payı, %	Mal dövriyyəsi, mlrd.dol.	Mal dövriyyə-sində payı, %	Mal dövriyyəsi, mlrd.dol.	Mal dövriyyə-sində payı, %	Mal dövriyyəsi, mlrd.dol.	Mal dövriyyə-sində payı, %
Almaniya	13,1	9,6	14,6	9,6	18,5	9,7	23,9	9,3
Belarus	9,3	6,8	9,9	6,5	12,5	6,5	17,6	6,8
Ukrayna	8,6	6,3	9,0	5,9	12,1	6,3	16,8	6,5
İtaliya	8,5	6,2	9,6	6,3	10,9	5,7	15,3	6,0
ABŞ	7,3	5,3	6,9	4,5	7,1	3,7	9,8	3,8
Çin	6,2	4,5	9,2	6,1	11,7	6,1	14,9	5,8
İngiltərə	5,3	3,9	4,9	3,2	6,3	3,3	Onluğa daxil olmamışdır	-
Polşa	5,2	3,8	5,0	3,3	6,3	3,3	Onluğa daxil olmamışdır	-
Hollandiya	5,1	3,7	8,3	5,5	10,0	5,2	16,6	6,5
Qazaxıstan	4,4	3,2	4,4	2,9	6,2	3,2	Onluğa daxil olmamışdır	-
Türkiyə								3,4
İsveçrə								3,3
Finlyandiya								3,2
On aparıcı dövlətin dünya istehsalında payı, %								
		53,3		53,8		53,0		54,6

Rusiyanın xarici ticarətində Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin ümumi çəkisi 12-13%-ə bərabərdir və azalma tendensiyasına malikdir. Bu ölkələr arasında Rusiyanın zəruri partnyorları Polşa, Macarıstan, Çexiya və Slovakiyadır.

Asiya-Sakit Okean İqtisadi Əməkdaşlıq (ASİƏ) ölkələrinin payı 16,8%-dir, halbuki həmin qrupa Çin, ABŞ və Yaponiya kimi iri ölkələr daxildir. Çin xarici-ticarət dövriyyəsinin həcminə görə Rusiyanın altıncı partnyoru olmuşdur. Rusiyanın xarici ticarətində ABŞ-ın payı son illərdə azalma tendensiyası ilə fərqlənir. Beləki, 2000-2004-cü illər ərzində ABŞ-ın Rusiya ilə mal dövriyyəsində payı 5.3%-dən 3,8%-ə qədər enmişdir.

Rusiyanın Şimali və Latın Amerikas, Şərqi və Cənub-Şərqi Asiya ölkələri ilə ticarət-iqtisadi əlaqələri kifayət qədər inkişaf etməmişdir (ÇXR istisna olmaqla).

MDB ölkələrinin üzərinə Rusiyanın xarici ticarət həcmi-
nin 18%-i düşür. RF ilə ticarətdə əsas partnyorlar Belarus, Ukrayna, Qazaxıstan və Özbəkistandır. Bununla belə, Belarus bütün postsovet məkanında Rusiyanın ən yaxın partnyoru, eləcə də dünya ölkələri arasında ikinci aparıcı partnyordur. Rusiya ilə ticarət dövriyyəsinin həcminə görə bütün dünya ölkələri arasında Ukrayna yalnız bir qədər Belarus Respublikasından geriləyir.

Rusiyanın xarici ticarəti partnyor-ölkələrin məhdud dairəsində yüksək konsentrasiya ilə seçilir ki, bu da ilk növbədə RF-də idxal və ixrac üçün qeyri-əlvərişsiz şəraitin mövcudluğu ilə izah oluna bilər. Ümumilikdə RF-nin beş əsas partnyorlarının üzərinə Rusiya mal dövriyyəsinin 35,1%-i, on əsas partnyorunun üzərinə isə 54,6%-i düşür. Ayrı-ayrı ölkələrdən xarici-iqtisadi asılılığı zəiflətmək üçün və ixrac strukturunun yenidən qurulması ilə əlaqədar olaraq, Rusiyanın xarici iqtisadi əlaqələrinin diversifikasiyasına xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Lakin təcrübə göstərir ki, məqbul rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinə nail olduqdan sonra da yerli məhsulların artıq tutulmuş və paylanmış bazarlara geniş çıxışı olduqca çətin prosesdir. İnkişaf etmiş sənaye ölkələri ayrı-ayrı unikal məhsullar

istisna olmaqla, Rusiyanın hazır məhsulları üçün əsas bazar qismində çıxış etməyi heç də arzulamazlar. Belə yerləri yalnız MDB ölkələrində, Çində, Hindistanda və digər inkişafda olan ölkələrdə axtarmaq lazımdır.

Rusiyanın xarici ticarətinin mal strukturu

Xarici ticarətin ən vacib xarakteristikalarından biri də onun mal strukturudur, onun müxtəlif mal qrupları arasında ixrac və idxalının nisbətidir.

Yanacaq-xammal istiqamətliyi olan, öz beynəlxalq ixtisaslaşmasını Rusiya SSRİ-dən miras kimi götürüb. Bu onunla izah olunur ki, Rusiya iqtisadiyyatının ən rəqabətqabiliyyətli sahələrindən dünya bazarında xammal və «ənənvi» sahələr əsas yer tutur, bu sahələr: yanacaq-enerji kompleksi, qara və əlvan metallurgiya, qiymətli daşlar (əsasən işlənməmiş almazlar), mineral gübrələr istehsalı, meşə təsərrüfatı, həmçinin hərbi-sənaye kompleksi, mülki gəmiqayırma və telekommunikasiyadır.

Bundan başqa, Qərb ölkələri tərəfindən Rusiya mallarının qarşısında qoyulmuş diskriminasiya maneələrinin aradan qaldırılmasında mövcud olan müəyyən çətinliklər vəziyyəti daha da ağırlaşdırır. Poladtökmə və digər metallar, zənginləşdirilmiş uran, kimyəvi mallar, şüşə kimi yüksək rəqabət qabiliyyətli Rusiya malları bu və ya digər maneələrlə üzləşir.

Rusiya hazır məhsullarının aşağı rəqabətqabiliyyətliliyi ixracın strukturu ilə təsdiqlənir. Yanacağın, xammalın və yarımfabrikatların payına Rusiya ixracının 87%-i düşür.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi Rusiyanın xarici ticarətinin strukturunu nəzərdən keçirdikdə iki istiqaməti ayırmaq lazımdır. MDB ölkələri və uzaq xarici ölkələr.

Uzaq xarici ölkələrin ixracının əsasına «Mineral məhsullar» qrupunun malları aiddir, bura əsasən yanacaq-enerji ehtiyatları daxildir (cədvəl 27). Rusiyada hasil olunan neftin 50%-i, qazın 22%-i, istehsal olunan neft məhsullarının isə

40%-i ixrac olunur. Bu qrupa daxil olan mallar SSRİ-nin də ixracatında aparıcı yer tutmuşlar. Belə ki, 1990-cı ildə SSRİ-dən ixrac olunan mallar arasında qeyd olunan məhsulların çəkisi 5,5% təşkil etmişdir. Sonradan həmin malların ümumi çəkisinin artması tendensiyası qeydə alınmışdır (1997 və 1998-ci illər istisna olmaqla, həmin illərdə qiymətlərin düşməsilə əlaqədar olaraq neft və neft məhsullarının ixracının dəyər həcmi 1997-ci ildə 8,3%, 1998-ci ildə 27% azalmışdır).¹ 2003-cü ildə mineral məhsulların üzərinə ümumi ixracın 60%-i düşmüşdür. Bununla belə, onların ixracı, praktiki olaraq, dünya neft bazarlarındakı vəziyyətlə müəyyən edilirdi. Neft tədarükünün fiziki həcmələrinin artması və qiymətlərin 11,8% artması ilə əlaqədar olaraq ixrac hasilatı 32,9% artaraq 33,9 milyard dollar təşkil etmişdir. Təbii qaz ixracının dəyər həcmi də əvvəlki ilə nisbətən orta qiymətlərin artması hesabına 31,8% artmışdır.

Rusiya ixracında əhəmiyyətli ikinci mal qrupu «Metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar, qiymətli daşlar» qrupudur. Dünya əlvan metallar bazarında qeyri-əlvərişli konyunkturının mövcudluğu hesabına həmin qrup malların ümumi çəkisi 1998-ci ilə nisbətən azalmış və 18,9% təşkil etmişdir. Buna baxmayaraq, Rusiya rafinə edilmiş misin ixracına görə dünyada ikinci yeri tutur, dörd əsas alüminium ixracatçılarından, üç nikel ixracatçılarından biri olmaqla, platin, palladium və digər platin qruplu metalların istehsal və ixracatında inhisar mövqeləri tutur. Ciddi rəqabəti və məhdudiyyətləri dəf edərək Rusiya ixracatçıları 2003-cü ildə metal ixracatının dəyər həcmi 20,3 % artırmışlar. Bununla belə, qara metal tədarükü, əsasən, Asiya-Sakit Okean ölkələrinə daşınma, həmçinin ABŞ-da qara metalların idxalına qoyulan məhdudiyyətlərin zəifləməsi hesabına artmışdır.

¹ Вах.: Международные экономические отношения
Под ред. И.П.Фаминского. М.: Экономистъ, 2004.

Rusiyanın uzaq xarici ölkələrə ixracının əmtəə strukturu

Mal qrupları	İxracın dəyəri									
	1990		1992		1997		1998		2003	
	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%
Maşın və avadanlıqlar	12,6	17,6	3,7	9,2	5,7	8,1	5,8	9,8	8,0	7,1
Mineral məhsullar	32,3	45,4	21,7	54,3	32,5	46,5	23,6	39,9	68,0	60,0
Metallar və metal məmulatları, qiyəmətlı daşlar	9,2	12,9	6,5	16,3	19,4	27,9	18,7	31,6	21,4	18,9
Kimya sənayesi malları	3,3	4,6	2,5	6,4	5,7	8,1	4,9	8,3	7,0	6,2
Ağac və sellü loz-kağız məmulatları	3,1	4,4	1,5	3,6	3,2	4,6	3,1	5,3	4,9	4,3
Tekstil, tekstil məmulatı və malları	0,7	1,0	0,3	0,7	0,6	0,9	0,6	1,0	0,5	0,5
Dəri-xəz xam malı, xəz və onlardan alınan məmulatlar	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,5	0,4	0,6	0,2	0,2
Ərzaq malları və kənd təsərrüfatı xam-malı (tekstil mallarından başqa)	1,5	2,1	1,1	2,7	1,8	2,6	1,6	2,8	1,8	1,5
Digər	8,4	11,8	2,6	6,5	0,7	0,8	0,4	0,7	1,4	1,3
Ümumi	71,1	100	40,0	100	70,0	100	59,1	100	113,2	100

Mənbə: Россия в цифрах. М.: 1993, 2000, 2004.

Maşınqayırma məhsulunun payı Rusiya ixracında XXI əsrin əvvəlinə islahatdan əvvəlki müddətlə müqayisədə 2 dəfədən çox aşağı düşmüşdür. Hal-hazırda malların ixracında maşın və avadanlığın payı çox deyil və Rusiya sənayesinin qurulmuş strukturuna və onun elmi-texniki potensialına müvafiq deyil. Bu qrup malların dünya ixracında payı 40%-ə çatır, Yaponiyada – 70%, ABŞ və Almaniya da – 50%, Rusiyada isə

– cəmi 7%-dir. Beləliklə, Rusiya bu göstəriciyə görə təxminən 50-ci yeri tutur. Ümumilikdə maşınqayırma məhsullarının dünya ixracatında RF-nin ümumi çəkisi 0,3%, avtomobillərin çəkisi 0,1%, elektron məmulatların (ofis və telekommunikasiya avadanlığının, məişət elektronikasının) çəkisi isə 0,04% təşkil etmişdir.¹

Bu onunla izah olunur ki, milli maşınqayırma məhsulunun əsas hissəsi dünya bazarında rəqabətqabiliyyətli deyil. Maraqlı hətə ki, hərbi texnika doğurur və dünya bazarının bu segmentində Rusiya ABŞ, Böyük Britaniya və Fransadan sonra dördüncü yeri tutur. Bundan əlavə, Rusiya enerji avadanlığı və xaricdə enerji obyektlərinin kompleks inşası bazarında sabit mövqeyə sahibdir. 1990-cı illərin hesablamalarına görə, Atom Enerjisi Nazirliyinin AES-in tikintisi üçün lazım olan avadanlıqlar və xidmətlər sektorunda payı 11% təşkil etmişdir (Amerikanın «Ceneral elektric» şirkətinin payı təqribən o qədər olmuşdur).

Rusiyanın öz maşınqayırma məhsulları ilə beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakı perspektivlərinə gəldikdə isə həmin perspektivlər bu gün o qədər də ümidverici deyildir. Müəyyən imkanlar yalnız elektrotexniki məhsullarda, o cümlədən ixtisaslaşdırılmış sənaye avadanlığına münasibətdə MDB və Şərqi Avropa regionunda, eləcə də inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında texniki dəstəyin və istehsalat kooperasiyasının genişləndirilməsi çərçivəsində yarana bilər. 1990-cı illərdə texniki köməklik 36 ölkəyə göstərilirdi. Onun əsas həcmi Çin, İran, Hindistan, Mərakeş, Yunanıstan, Kubanın payına düşürdü. Bu ölkələrdə bir sıra enerji, metallurgiya və digər istehsalat obyektləri istismara verilmişdir. 2002-ci ildə Rusiyanın digər dövlətlərə göstərdiyi texniki dəstəyin həcmi 750 milyon dollara çatmışdır.

¹ Вах.: Атаев А.В. Механизмы и процедуры финансирования экспорта из бюджетных средств России // БИКИ. 2005. № 32.24.03

2003-cü ildə maşın və avadanlıq ixracının dəyər həcmi 11,0% artmış, lakin onların uzaq xarici ölkələrə ixrac payı artmamış, əksinə əvvəlki illə müqayisədə 0,8% azalmışdır. RF-nin gömrük komitəsinin məlumatlarına görə, 2003-cü ildə maşınqayırma məhsulları ixracının mal strukturunda əsas yeri uçuş aparatları (34,8%) və mexaniki avadanlıq (27,0%) tutmuşdur.

Rusiya ixracında dördüncü yeri (payı-6,2%) kimyəvi mallar qrupu tutur. Onun çəkisinin tədricən azalmasına baxmayaraq, həmin qrup mallarının dəyər həcmi 2003-cü ildə 21,5% artmışdır. Mallar arasında kalium, azot, fosfor gübrələri əsas yer tutur. Azot gübrələrinin ixracına görə Rusiya dünyada birinci yeri tutur. Lakin tendensiya elədir ki, gübrələrin ümumi çəkisi Rusiya ixracında tədricən azalmaqdadır. Belə ki, 2003-cü ildə ammiakın fiziki həcmi üzrə ixracı əvvəlki illə müqayisədə 21,4%, sintetik kauçukün ixracı 16,4%, metanolunkü – 39,6% artmış, azot gübrələrinin ixracı isə 1,4% azalmışdır.

Məşə materiallarının və sellüloz-kağız məmulatlarının ixracında 2003-cü ildə qiymətlər 11,8% artmışdır, onların Rusiya ixracatında payı isə 4.3% təşkil etmişdir.

2003-cü ildə MDB ölkələrində ixracın əsasını yanacaq-energetika malları təşkil edirdi. Onun MDB ölkələrinə ixracının payı 43,0% təşkil etmişdir (Belarus Respublikası ilə həyata keçirilən ticarəti nəzərə almadan). Neft ixracatının dəyər həcmi il ərzində 37,5% artmışdır (o cümlədən 17,1% tədarüklərin fiziki həcmlərinin artması və 17,5% qiymət artımı hesabına). MDB ölkələrinə neft məhsullarının ixracı da artmışdır (16,1%, o cümlədən avtomobil benzinin ixracı 33,1%, mazutun ixracı 2,3 dəfə).

Gömrük statistikasına görə, Rusiyadan MDB ölkələrinə ixrac tədarüklərində maşın və avadanlıqların payı 21,3% təşkil edir ki, bu da uzaq xarici ölkələrə edilən ixrac həcmindən 3 dəfə çoxdur. Bununla belə, 2003-cü ildə həmin məhsul növlərinin ixrac həcmi 40,5% artaraq 3,9 milyard dollara çatmışdır.

Rusiyadan MDB ölkələrinə ixrac edilən məhsullar arasında üçüncü yeri metallar qrupu və metal məmulatları tutur. Həmin məhsulların çəkisi daima artaraq hal-hazırda 10,8% təşkil edir. 2003-cü ildə həmin qrup məhsulların Rusiyadan yaxın xarici ölkələrə ixracı əvvəlki illə müqayisədə 40,6% artmışdır.

MDB ölkələrinə ixracda kimya sənayesi məhsullarının çəkisi 9,3% təşkil edir və artım tendensiyasına malikdir.

MDB ölkələrinə ərzaq mallarının və kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracı bu gün o qədər də yüksək deyildir. Lakin 2003-cü il ərzində onun həcmi 70,2% artmışdır. Bununla belə, buğda ixracının həcmi 3,2 dəfə, əsasən Moldova və Ukraynaya (5 dəfə) artmışdır.

Yuxarıda qeyd olunanları ümumiləşdirərək belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, Rusiyanın ixrac strukturunda bir sıra neqativ tendensiya müşahidə olunmaqdadır. İlk növbədə, Rusiya ixracı aydın ifadə olunmuş yanacaq-xammal xarakterinə malikdir, bu da öz növbəsində RF iqtisadiyyatının strukturunu deformasiya edir və inkişaf potensialını zəiflədir. 2002-ci ildə üç əsas ixrac sahələrinin payına (yanacaq sənayes, qara və əlvan metallurgiya) sənaye istehsalının 36%-i və əsas kapitala edilən bütün sənaye sərmayələrinin 60%-i düşmüşdür. YEK müəssisələri RF büdcə hasilatının 32%-ni və federal büdcə gəlirlərinin 54%-ni təmin etmişlər.¹ Sahələrarası kapital axınının olmadığı bir şəraitdə maliyyə, investisiya və digər ehtiyatların bölüşdürülməsində qeyri-mütənasiblik iqtisadiyyatın emal sektorlarının geriliyinə zəmin yaradır, eləcə də Rusiyanın xalq təsərrüfatının müasirləşdirilməsi məsələsini çətinləşdirir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, açıq-aşkar xammal istiqamətliyi Rusiya ixracını dünya mal bazarlarında qiymətlərin dəyişməsindən asılı edir, Rusiyanın yarımfabrikatların istehsalı, həmçinin ətraf mühit üçün zəruri olan istehsal sahələrində

¹ Вах.: Спартак А.Н. Российский экспорт: проблемы и перспективы // БИКИ. 2003. № 37.01.04

beynəlxalq səviyyədə ixtisaslaşması isə ölkədəki ekoloji vəziyyəti gərginləşdirir.

Rusiya emaledici sahələrinin ixracında əsasən aşağı texnologiyalar (55%) və orta texnologiyalar (42%) məhsulları təmsil olunur, elmtutumlu mallar isə 3%-dən də azdır. Nəticədə Böyük yed-dilik dövlətlərin payına elmtutumlu məhsulun istehsalının təxminən 80-90%-i düşür, Rusiya isə cəmi 0,3% təmin edir.¹ Dəyər ifadəsində ölkə Taylanddan 5 dəfə, Meksikadan 8 dəfə, Çindən – 10 dəfə, Koreya Respublikasından 14 dəfə az sayda yüksək texnologiyalı mallar ixrac edir.

Bundan başqa, müasir Rusiya ixracı yalnız yanacaq-xammal mallarının yüksək ümumi çəkisi ilə deyil, həm də bundan irəli gələn xarici satışların olduqca aşağı diversifikasiya dərəcəsi ilə xarakterizə olunur. Yalnız üç əsas mal mövqelərinin payına bütün ixracın 56%-i, on mövqenin üzərinə isə ixracın 70%-i düşür. Bununla belə, konsentrasiya dərəcəsi 1990-cı ilin ortalarına nisbətə artmışdır və bu gün artıq ölkənin məhdud ixracından danışmaq olar, çünki bütün qeyd olunan mövqelər yalnız həmcins xammal və materiallardan ibarətdir (cədvəl 28).

Cədvəl 28

Rusiya ixracının XİF Əmtəə nomenklaturasının dörd işarəsi səviyyəsində konsentrasiyası, bütün ixracın %

	1994	1997	2000	2001	2002	2003
3 əsas mövqelər (xam neft, təbii qaz, neft məhsulları)	41,0	44,7	49,0	52,3	53,9	55,8
5 əsas mövqelər (xam neft, təbii qaz, neft məhsulları qiymətli, daşlar və metallar, emal olunmamış alüminun)	54,6	52,8	57,8	60,1	61,5	62,5

¹ Вах.: Андрианов В.Д. Россия в мировой экономике: сравнительная конкурентоспособность // Международная жизнь. 2000. № 8-9.

10 əsas mövqelər (xam neft, təbii qaz, neft məhsulları qiymətli, daşlar və metallar, emal olunmamış alüminun, dəmir və nikel yarım-fabrikatları, emal olunmamış nikel, emal olunmamış taxta materialları, dəmir və poladdan hamar prokat, kömür)	62,6	61,5	64,9	66,4	69,2	69,8
--	------	------	------	------	------	------

Mənbə: Устинов И.И. Мировая экономика. Статистико-аналитический справочник. М.: Экономика, 2002.

Rusiya ixracının kiçik sayda malların üzərində konsentrasiyası kommersiya manevrinin imkanlarını və tələbat amilinə reaksiya göstərməsinə təsir edir, bu da nəticədə ölkə üçün çox böyük iqtisadi itkilərə səbəb olur.

Negativ tendensiyaları aradan qaldırmaq üçün RF hökuməti tərəfindən bir sıra qanunvericilik aktları qəbul olunmuşdur. Onlardan ən əsasları «2005-ci ilə qədər ixrac istiqamətli sənaye siyasətinin konsepsiyası» və 1996-2005-ci illər üçün ixracın federal inkişaf proqramıdır.¹ Proqramın əsas məqsədi ixracı olunan məhsulun çeşidinin genişləndirilməsi və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, beynəlxalq ticarət-iqtisadi əməkdaşlığın progressiv formalarının istifadəsi əsasında Rusiya ixracının strukturunun təkmilləşdirilməsindən ibarətdir. Proqram, əsasən, emal sahələrinə yönəldilməklə Rusiya ixracında hazır məhsulun 40%-ə qədər artırılmasını nəzərdə tutur. Yuxarıda sadalanan normativ sənədlərə görə, Rusiya üçün birinci məsələ iqtisadiyyat strukturunun diversifikasiyasından, yəni effektiv müqayisəli üstünlüklər kombinasiyaları formalaşdıracaq və bunun əsasında dünya bazarında rəqabət

¹ Постановление Правительства РФ «О Федеральной программе развития экспорта на 1996-2005 гг» от 8 февраля 1996 г. // СЗ РФ. 1996. №8.

etməyə zəmin yaradacaq səviyyədə RF iqtisadi sisteminin qurulmasından ibarətdir.

Yerli iqtisadiyyatın strateji vəzifələrini və dünya tendensiyalarını nəzərə almaqla Rusiya ixracının dinamik və effektiv inkişafını təmin edəcək əsas variant mövcud və ya yaradılacaq texnoloji progressiv və rəqabətqabiliyyətli istehsalın yaradılması əsasında onun strukturunun yenidən qurulmasıdır.

Gələcəkdə Rusiya iki əsas məsələni həll etməlidir:

- ənənəvi ixrac resurslarının maksimal mobilləşməsi, o cümlədən yanacaq və xammalın, enerji və materialqoruma siyasəti əsasında buraxılan ehtiyatların, həmçinin kiçik biznes və kустar təsərrüfatların imkanlarından istifadə edərək;

- hazır məhsulların və kommersiya xidmətlərinin ixracı üçün şəraitin yaradılması.

Qabaqcıl texnologiyalarla və elmtutumlu məhsul istehsalı ilə bağlı sahələrə dəstəyin göstərilməsi ilə yanaşı ölkənin əqli və təhsil potensialının hərtərəfli inkişafına əsas diqqətin göstərilməsi nəzərdə tutulur ki, bu da sabit inkişafın fundamental bazasını təşkil edir.

Rusiyanın beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakının keyfiyyətli tərəfinin xarakteristikası üçün Rusiya idxalının əmtəə strukturunun analizi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Onun əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, maşınların, avadanlıqların və nəqliyyat vasitələrinin ümumi çəkisi əvvəlki tək idxal olunan malların arasında birinci yeri tutur. Uzaq xarici ölkələrdən ümumi idxalda həmin qrupun payı 40,8% təşkil edir və artma tendensiyasına malikdir (cədvəl 29).

Cədvəl 29

Uzaq xarici ölkələrdən Rusiya idxalının əmtəə strukturu

Mal qrupları	İxracın dəyəri									
	1990		1992		1997		1998		2003	
	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%	Mlrd dol.	%
Maşın və avadanlıqlar	36,3	44,3	13,7	39,2	15,4	39,2	13,1	39,4	17,9	40,8

Ərzaq malaları və kənd təsərrüfatı xammalı (tekstil mallarından başqa)	16,6	20,3	9,3	26,6	10,2	26,0	9,1	27,3	9,3	21,3
Kimya sənayesi malları	8,9	10,9	3,4	9,8	6,2	15,8	5,2	15,5	8,1	18,6
Metallar və metal məmulatları, qiymətli daşlar	4,4	5,4	1,2	3,4	1,8	4,5	1,5	4,4	2,2	5,0
Ağac və sellüloz-kağız məmulatları	0,9	1,1	0,5	1,3	1,7	4,3	1,4	4,3	2,0	4,5
Tekstil, tekstil məmulatı və malları	7,6	9,3	3,9	11,2	1,3	3,3	0,9	2,6	0,5	1,2
Mineral məhsullar	2,4	2,9	1,0	2,6	1,1	2,7	0,9	2,6	0,5	1,2
Digər	3,9	4,8	1,4	4,2	1,5	3,9	1,1	3,4	1,8	4,2
Ümumi	81,8	100	35,0	100	39,3	100	33,3	100	43,8	100

Mənbə: Россия в цифрах. М.: 1993, 2000, 2004.

Bununla belə, Rusiyada istehsalın texniki səviyyəsini artıracaq sənaye avadanlığı idxalının investisiyaların azalması fonunda az olması qeyri-əlverişli və neqativ amil kimi qiymətləndirilir. Bu qrup malların arasında avtomobil idxalı da əsas yer tutur. Avtomobillərin idxal həcmi daima artmaqdadır. Belə ki, 2003-cü ildə minik avtomobillərinin alışı keçən illə müqayisədə 89,3% artmışdır.

Ərzaq mallarının və onların hazırlanması üçün xammalın payı Rusiya idxalında çox olmuşdur ki, (21,3%) bu da yerli kənd təsərrüfatının qeyri-məqbul vəziyyəti və onun inkişafına dair məqsədyönlü siyasətin olmaması ilə izah oluna bilər. Böyük kənd təsərrüfatı ehtiyatlarına malik olan və ASK-da dövlət dəstək sistemini yaradan Rusiya ərzaq məhsulları ilə özünü təmin məsələsini tam həll edə bilərdi.

Rusiya gömrük statistikasının məlumatlarına görə, son illər qida mallarının uzaq xarici ölkələrdən tədarükü, MDB ölkələrindən çox olub. Sovet dövrü ilə müqayisədə həmin

qrup malların idxal strukturunun kəskin dəyişməsinə də diqqət yetirmək lazımdır. 1980-ci illərdə taxıl satınalmaları yüksək çəki ilə fərqlənirdi. Hal-hazırda isə hazır məhsullar, o cümlədən alkoqollu və alkoqolsuz içkilər, qənnadı və tütün məmulatları üstünlük təşkil edir. Bununla belə, son illərdə bəzi mövqelərin payı daxili istehsalın artması ilə əlaqədar olaraq kəskin şəkildə dəyişmişdir. Belə ki, siqaret, pivə və şokolad məmulatlarının idxalı onların Rusiyada xarici şirkətlərin iştirakı ilə istehsalının artması ilə əlaqədar azalmışdır. Xüsusilə qeyd etmək ki, tütün məmulatlarının idxalı dəyər ifadəsində 8 dəfə azalmışdır. Milli istehsalçıların müdafiəsi üzrə tədbirlərin görülməsi ilə əlaqədar olaraq, şəkər idxalı azalmışdır.

Əhəmiyyətinə görə uzaq xarici ölkələrdən Rusiya idxalında üçüncü mallar qrupuna kimya sənayesi məhsulları daxildir. 2000-ci ildə onun ümumi çəkisində artım tendensiyası müşahidə olunmuşdur (2003-cü ildə ümumi idxalın 18,6 %-ni təşkil etmişdir). Bu qrupa aid əsas mallardan məişət kimyası mllarını, parfümeriya-kosmetik malları, eləcə də əcazılıq məmulatlarını qeyd etmək olar. Belə ki, 2003-cü ildə antibiotiklərin idxalında 22,5% və dərman vasitələrinin idxalında 49,7% dəyər artımı qeydə alınmışdır. Dərman preparatlarının alışı 53 xarici ölkədən həyata keçirilmişdir. Lakin idxal əməliyyatlarının 50%-i beş ölkənin – Almaniyanın, Fransanın, Hindistanın, Danimarka və Slovakiyanın payına düşür. 2003-cü ildə dərman preparatlarının idxalı 60%-dən artıq olmuşdur. Nəzərə almaq lazımdır ki, digər ilk zərurət mallarından fərqli olaraq, bir çox dərmanlar xəstələr üçün həyati əhəmiyyət kəsb edir. Onların maliyyə səbəblərindən və ya idxal problemlərindən qəbulu dayandırılarsa, pasiyent ölə bilər. Ona görə də, bu cür zəruri mallar üçün yalnız idxalın məhdudlaşdırılmasına deyil, həm də daxili istehsalın inkişafının hərtərəfli dəstəklənməsinə əsaslanan idxal-sahə proqramlarının işlənib hazırlanması tələb olunur.

Digər mal qruplarının ümumi çəkisi nisbətən aşağıdır: onların payına ümumi idxalın 1/5 hissəsi düşür.

MDB ölkələrindən idxala gəldikdə, burada qida malları və kənd təsərrüfatı xammalları (21,2%), maşın və avadanlıqlar (18,2%), metallar (16,7%) üstünlük təşkil edir.

Ümumilikdə, Rusiya idxalı üçün, geniş istehlakçı dairəsi üçün kütləvi və ucuz məhsulların yüksək alış payı səciyyəvi haldır. Bununla əlaqədar olaraq, onun strukturunda son illərdə fiziki şəxslər tərəfindən alqı-satqı əməliyyatları 40% təşkil etmişdir. Belə halda «qayıq» ticarəti əsas tədarük kanalı hesab olunur. Hətta, tədarüklərin miqyasının böyüməsi və diler şəbəkələrinin istifadəsi hesabına əsaslanan avtomobil biznesində avtomobillərin təchizatında fiziki şəxslərin payı yüksəkdir. Belə ki, 2000-ci ildə rəsmi olaraq 72 min avtomobil idxal olunduğu hald, Rusiyada satılmış xarici avtomobillərin sayı 260 mini ötmüşdür, yəni «qayıq» ticarət nümayəndələri ölkəyə xaricdə istehsal olunan avtomobillərin 70%-ni gətirmişlər. 1996-1997-ci illərdə «qayıq» idxalının dəyəri orta hesabla ildə 29 milyarddan artıq olmuşdur. 1998-ci ilin maliyyə böhranından sonra bu göstərici 10-11 milyard dollara qədər azalmış, 2001-2003-cü illərdə isə yenidən 13-14 milyard dollara qədər artmışdır. «Qayıq» ticarətində Rusiyanın əsas partnyorları Türkiyə, Polşa, AFR, İtaliya, ÇXR, Cənub-Şərqi Asiya ölkələridir.

Mütəxəssislər hesab edirlər ki, yaxın illərdə ixrac strukturunda sərmayə mallarının payı yüksələcəkdir və aşağı texnologiyalı istehlak mallarının payı aşağı düşəcəkdir. İnvestisiya mallarının alınmasına daxili investisiyaların inkişafının stimullaşdırılması üzrə tədbirlər köməklik göstərəcəkdir.

Rusiyanın uzunmüddətli xarici iqtisadiyyat strategiyasının əsas istiqamətlərindən biri də qurulmuş strukturun və xarici ticarət mübadiləsinin proporsiyalarının kökündən dəyişməsi olacaqdır. Ölkənin xarici ticarətinin ən mümkün ssenarisi – emal sənayesinin rəqabətqabiliyyətli məhsulların, xüsusilə də biotexnoloji proseslərin, kosmik tədqiqatların və digər proqressiv istiqamətlərin inkişafı ilə bağlı elmtutumlu məhsul və xidmətlərin istehsal və tədarükünün artırılması əsasında

ölkənin ixrac potensialının mütəmadi qaydada genişlənməsi və dəyişməsi olacaqdır. Bu tədbir Rusiyanın beynəlxalq əmək bölgüsündə effektiv və bərabər hüquqla iştirakını, istehsala nisbətən yüksək ixrac templərinə nail olmağa imkan yaratmaqla xarici-iqtisadi kompleksin Rusiya iqtisadiyyatındakı proqressiv dəyişikliklərə təsirini təmin edəcəkdir.

ƏLAVƏ

Müstəqil iş üçün məsələlər

FƏSİL I Tapşırıqlar

Tapşırıq 1. İki ölkə, A və B, iki mal – velosiped və tennis raketkaları istehsal edir, ümumi valyuta istifadə edirlər. Bu malların istehsalına əmək sərfi aşağıdakı kimidir:

	A	B
Velosiped	60	120
Raketkalar	30	40

1.Hansı ölkə hər iki malın istehsalında absolyut üstünlüyə malikdir?

2.Hər bir ölkə üçün raketkalarda ifadə edilmiş velosipedlərin alternativ tutmalarını hesablayın.

3.Hər bir ölkə üçün velosipedlərdə ifadə edilmiş raketkaların alternativ tutmalarını hesablayın.

4.Hansı ölkə velosipedlərin istehsalında nisbi üstünlüyə malikdir?

Ölkələr arasında ticarət olmadığı şəraitdə onlardan hər biri həftədə 40 saat işləyən 300 işçiyə malikdir. İşçilərin yarısı velosipedlərin istehsalında, ikinci yarısı isə tennis raketkalarının ixracında məşğuldur.

5.Hər bir ölkədə raketka və velosipedlərin istehsal həcmələrini hesablayın və cədvəli doldurun:

Mal	İstehsal həcmi (vah. həftədə)		
Velosipedlər	A	B	Cəmi
Raketkalar			

Tapşırıq 2. A və B ölkələri aşağıdakı sayda mallar X və Y istehsal edir:

A	X	Y
	12	16
B	8	18

Əgər hər bir ölkə nisbi üstünlük prinsipi əsasında ixtisaslaşsarsa, onda mübadilə koefisienti aşağıdakı kimi olacaqdır

- a) 1 v. X 1,33 v. Y
- b) 1 v. X 2 v. Y
- c) 1 v. X 1 v. y
- d) 1 v-dən 1,33 X 1 v. Y
- e) $\frac{1}{2}$ dən $\frac{1}{3}$ v X v. Y

Özünə nəzarət üçün testlər **Cəmi seçim**

1

Hər bir anlayışı ona müvafiq olan təyini seçin:

- 1. Absolyut üstünlük.
- 2. Nisbi üstünlük.
- 3. Ticarət imkanlı xətti.
- 4. Ticarətin gəliri.
- 5. Ticarətin şərtləri.

a) ölkənin mal və xidməti digər ticarət partnyorlarına nisbətən aşağı ehtyat sərfi ilə istehsal etmək bacarığı;

b) ölkənin hər hansı bir məhsulda ixtisaslaşmasını göstərən və digərin məhsulun alınması üçün mübadiləsi (ixracında);

c) ölkənin mal və xidməti digər ticarət partnyorlarına nisbətən az sayda alternativ tutumlarla istehsal etmək bacarığı;

ç) ixrac qiymətlərinin idxal qiymətlərinə nisbəti;

d) öz istehsalat imkanlarından çox olan istehlak səviyyəsinə çatmış beynəlxalq ticarət prosesində iştirak edən ölkələr.

2

Nisbi üstünlük prinsipini ilk dəfə formalaşdırmışdır:

- a) T.Maltus; ç) D.Rikardo;
 b) A.Smit; d) A.Marşal.
 c) P.Samuelson;

Düzdür / Düz deyil

3

«Əgər Brazilyada hər bir malın istehsalına xərclərin səviyyəsi mövcud nomenklaturaya görə Argentinanın xərc səviyyəsində 80% təşkil edirsə, onda Brazilya Argentinaya nisbətən bütün malların istehsalında nisbi üstünlüyə malikdir» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür. b) Düz deyil.

4

«Müqayisəli üstünlük müxtəlif malların alternativ istehsal xərclərində beynəlxalq fərqləri əks etdirir» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür. b) Düz deyil

Açıq sual

5

Beynəlxalq ticarətin əsas nəzəriyyələrini sadalayın.

6

Absolut və nisbi üstünlüklər nəzəriyyəsinin fərqi nədir? Bu nəzəriyyələrin müəllifi kimdir?

7

İstehsalat amilləri nəzəriyyəsinin məgzi nədədir?

8

N.D. Kondratyevin «Böyük tsikllər» nəzəriyyəsinə («böyük konjunktura dalğaları») müvafiq olaraq «böyük tsikllər»in birindən ikincisinə keçidin əsasında:

- a) dünyada siyasi qüvvələrin paylanmasında dəyişikliklər;
- b) müasir dünyanın global problemləri;
- c) fundamental elmi-texniki kəşflər;
- ç) dünya ölkələrinin iqtisadi potensiallarında dəyişikliklər;
- d) istehlakçıların konkret mallara münasibətdə üstünlüyünün dəyişməsi.

9

A.Smitin nəzəriyyəsində aşağıdakı üstünlüklərə baxılır:

- | | |
|--------------|--------------|
| a) qismən; | ç) natamam; |
| b) absolyut; | d) nisbi; |
| c) tam; | e) kompleks. |

10

D.Rikardonun nəzəriyyəsində aşağıdakılara baxılır:

- | | |
|--------------|--------------|
| a) absolyut; | ç) nisbi; |
| b) tam; | d) kompleks. |
| c) natamam; | |

11

«Leontyev paradoksunun» əsaslandırılması üçün praktiki əsas kimi aşağıdakılar olmuşdur:

- a) Marşall planının Avropada həyata keçirilməsi;
- b) ABŞ ixracında müharibədən sonrakı dövrdə elmtutumlu məhsulların, idxalında isə sərmayə tutumlu malların inkişafı;
- c) İkinci Dünya müharibəsi nəticəsində Almaniya, Yaponiya, Fransaın iqtisadiyyatının dağılması;
- ç) İkinci Dünya müharibəsindən sonra SSRİ-nin iqtisadi vəziyyətin möhkəmlənməsi.

12

R.Vernonun məhsulunun həyat tiskli nəzəriyyəsinin mənası aşağıdakıdan ibarətdir:

- a) bu məhsulun ifadəsinin uzunmüddətliyi həmin ölkənin əhalisinin orta yaşamaq müddətindən asılıdır;
- b) yeni məhsul bazara çıxarılma, onun istehsalının və satışının dinamik inkişafı, aşağı düşməsi və «qrübu» kimi spesifik tsikl keçir;
- c) məhsulun həyat tsikli müasir dünya ölkələrinin əhalisinin yaş strukturasının funksiyasıdır.

13

E.Xekşer – B.Olin nəzəriyyəsi bu:

- a) nisbi üstünlük nəzəriyyəsinin modifikasiyasıdır;
- b) beynəlxalq ticarətdə tətbiq olunmuş istehsal amilləri nəzəriyyəsidir;
- c) məhsulun həyat tsikli nəzəriyyəsidir;
- ç) sərmayənin beynəlxalq axını nəzəriyyəsidir.

14

R.Kouzun beynəlmilləşmə nəzəriyyəsinin mahiyyəti bundan ibarətdir:

- a) qloballaşma şəraitində yeni – qlobal – dünya bazarı formalaşır;
- b) iri korporasiyaların daxilində xüsusi daxili (həmin korporasiya üçün) bazar fəaliyyət göstərir;
- c) bir çox formal beynəlxalq iqtisadi əməliyyatlar faktiki olaraq iri təsərrüfat komplekslərinin (transmilli korporasiyaların) firmadaxili əməliyyatlarıdır;
- ç) beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya prosesinin inkişafı bütün ölkələr üçün vahid inteqrasiya iqtisadi bazar ittifaqının yaranmasına gətirib çıxarır.

15

Amil yanaşmasının yeni interpretasiyada verən nəzəriyyələri sadalayın. Bu nəzəriyyələrin müəllifi kimdir?

16

Ölkələrin oxşarlığı nəzəriyyəsinin məğzi nədədir?

17

Hansı nəzəriyyə «Ayrı-ayrı firmalar dünya ticarətində rəqabət üstünlükləri necə əldə edirlər» sualına cavab verir? Onun müəllifi kimdir?

18

Öz teoremində Ribçinski hansı qanunauyğunluq çıxartmışdır?

FƏSİL 2

Özünə nəzarət üçün testlər

Çoxlu seçim

1

Mallar - ixracın substitutları – bu:

- a) bütün ixrac olunan məhsulun cəmi;
- b) bu ölkənin ixrac mallarının əvəzləmək iqtidarında olan idxal malları;
- c) hal-hazırda daxili bazarda satılan, lakin istənilən vaxt ixrac üçün də satılmaq iqtidarında olan milli mallar.

2

Mallar - idxalın substitutları – bu:

- a) həmin ölkəyə idxal olunan bütün mallar;
- b) müəyyən bir vəziyyətdə idxal olunan malları əvəzləmək iqtidarında olan milli mallar;
- c) hal – hazırda ölkəyə idxal olunan malları əvəzləmək iqtidarında olan digər idxal malları.

3

İdxal əvəzləmə – bu:

- a) bir idxal malının digəri ilə əvəzləməsidir;
- b) idxal məhsulunun yerli istehsal malları ilə əvəzləmə siyasətidir;
- c) bir idxalçı firmaların digərləri ilə əvəzləmə siyasətidir.

4

Ticarətin beynəlxalq malların satış və alışının müvafiq olaraq ixrac və idxal edilməsi üçün ölçülər aşağıdakıdır:

- a) malın ixracatçı firma tərəfindən anbardan göndərilməsi;
- b) malın idxalçı firma ilə alınması;
- c) malın dövlətin gömrük sərəhdinin keçməsi və bu faktın gömrük hesabatında qeyd edilməsi;

ç) malın idxalı və ya ixracı haqqında kütləvi informasiya vasitələrində qeyd olunması.

5

Konyunktura – bu:

- a) istehsal olunmuş məhsulun effektiv satışı üzrə siyasəti;
- b) bir sıra amillərin təsiri altında bazarda qurulan konkret vəziyyət;
- c) hazırkı malın satışı zamanı satıcılar və alıcılar arasında əlaqə;
- ç) satıcılarla alıcıların əlaqəsi nəticəsində qiymət qoymada yaranmaz taraz vəziyyəti.

6

Mükəmməl (təmiz) rəqabət bazarının əsas xarakteristikaları:

- a) böyük sayda subyekt – alıcı və satıcı;
- b) məhdud sayda subyekt – alıcı və satıcı;
- c) bu bazarda satılan malın eynicinsliyi;
- ç) məhsulun bu bazarda reallaşan nomenklaturanın genişlənmə məhdudiyyətsizliyi.

7

Oliqopolist bazarın əsas xarakteristikaları:

- a) geniş dairədə təchizatçı (satıcı) və alıcıların olması;
- b) bu məhsula bir neçə aparıcı təchizatçıların olması;
- c) mallara qiymətləri monopolist özü təyin edir;
- ç) qiymətlər bu məhsul növünün təchizatçı firmaları əsasında eyni rəsmi müqavilələr nəticəsində qoyulur.

8

Beynəlxalq ticarətin konyunkturası:

- a) yaxşı öyrənilməlidir;
- b) bütün aspektlərdə rəqabət edən firmalara məlumat verilməlidir;
- c) təsərrüfat subyekti üçün əlverişli istiqamətdə formalaşmalı və dəstəklənməlidir;
- ç) rəqabət edən firmalar ilə müzakirələr olmalıdır.

9

Dünya mal mübadiləsi ölçülür:

- a) ixracın həcmi ilə;
- b) idxalın həcmi ilə;
- c) ixrac və idxalın həcmlərinin cəmi ilə.

Düzdür/Düz deyil

10

«Ticarət balansının aktiv saldosu idxalın ixrac üzərində üstünlüyüdür» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür.
- b) Düz deyil

11

«Dünya mal mübadiləsi – bütün dünya ölkələrinin xarici ticarət dövriyyəsinin cəmidir» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür.
- b) Düz deyil.

Açıq sual

12

«Xarici ticarət» və «dünya ticarəti» anlayışlarının arasında fərqi izah edin.

13

Reixrac – bu _____

14

Reidxal – bu _____

15

«Daxili bazar» və «milli bazar» anlayışlarının fərqi nədədir?

16

«Beynəlxalq bazar» və «Dünya bazarı» anlayışlarının fərqlərini izah edin.

17

Tranzit reixracıdır. Öz fikrini əsaslandırın.

18

Beynəlxalq ticarətin inkişaf amillərini sadalayın.

19

İzah edin, niyə XX əsrin ikinci yarısında inkişaf etmiş ölkələrin xarici ticarətinin dinamikaşında qeyri-bərabərlik yaranmışdır?

20

Beynəlxalq ticarətin əsas göstəricilərini sadalayın.

FƏSİL 3

Müzakirə üçün vəziyyət

Tapşırıq1. Aşağıda göstərilən materialda yazılan vəziyyəti müzakirə edin. Müzakirə olunan mala qiymətlər nəyi ilə fərqlənir? Dünya bazarında dəmir filiz xammalına qiymətlərin dinamikası tendensiyası necədir? Qiymətlərin artmasından kim udur, kim uduzur? Rusiyada dəmir filiz xammalı qiymətlərinin qalxması bu vəziyyətdə əsəşdirmi?

Rusiya bazarında filiz kompromisi

Dəmir filiz xammalının müstəqil istehsalçıları qiymətləri qaldırmamaq qərarına gəldi, bununla da, ümid edirlər ki, metallurqlar filizə ixrac rüsumlarının qoyulmasından imtina edəcək.

Həftənin əvvəlində Andrey Variçev, Mixaylovsk QOK-unun baş direktoru bəyan etdi ki, kombinat öz istehlakçıları ilə cari rüb ərzində 2005-ci ilin ilk rübünün qiymətlərinə əsasən filizlərin təchizinə dair müqavilə imzalamışdır. Analoji olaraq ikinci QOK da hərəkət etdi. Filizlərə qiymətlərin stabilliyini Variçev izah etmişdir ki, cari səviyyə haqlıdır.

Keçən il Rusiyada təxminən 97 min ton dəmir filizi istehsal olunub (2003-ün səviyyəsinə 105,7%), onlardan 91,8 mln.ton dəmir-filiz konsentratı və 34,5 mln.ton dəmir-filiz otakışlar istehsal olunub. İki ən iri ağ mədən kombinatın payına (DMK) konsentratın istehsalının 40% və 50%-dən çox otakış düşür. Keçən il Mixaylovsk DMC konsentratına qiymət 2,5 dəfə artmışdır və 1,56 min.rubl olmuşdur, otakışlar üçün isə – 2,9 dəfə artmışdır (2,5 min.rubl). 2005-ci ilin ilk rübündə konsentrat və otakışların qiyməti daha 15-25% artmışdır.

İkinci gün Mixaylovsk DMC baş direktoru Andrey Variçev «İnterfaksa» müsahibəsində bildirmişdir ki, müəssisə bütün istehlakçıları ilə dəmir-filiz xammalının (DFX) təchizatının həcmi və qiymətlərini qeyd edən müqavilələr artıq imzalamışdı və ya yaxın gələcəkdə imzalayacaqdır, onun qiymətləri 2005-ci ilin ilk rübünün qiymətlərinə müvafiqdir. «Hal-hazırda xammala qiymətlər haqlı qoyulub», - o, qəbul olunmuş qərarı belə izah etmişdir, əlavə etdi ki,

2005-ci ilin ilk yarımilində DFX qiymətləri stabil olacaqdır. Analoji yolu Rusiyanın ən iri DMK – Lebedinskidə seçmişdir.

RBC daily tərəfindən sorğu götürülmüş ekspertlər Mixaylovski DMK baş direktoru ilə razıdılar, cari konjunktura qiymətlərin qalxmasına şərait yaradır. «Alişer Usmanova tabe olan DMK təchiz olunan DFX qiymətləri idxal filizi qiymətlərə yaxındır və ya onlardan çoxdur» - bu halda RBC daily-yə «Milli metallurgiya» analitik mərkəzinin başçısı Dmitri Parfyonov məlumat vermişdir. Təbii ki, onun qiymətini qərb qiymətindən yuxarı qaldırmağın mənası yoxdur. Lakin FK «URALSİB» analitiki Vyaçeslav Smolyaninov Rusiya metallurqlarının əhəmiyyətli dərəcədə filiz idxal etməsinə şübhə ilə yanaşır. Bundan əlavə, Dmitriy Parfyonov əlavə edir ki, dünya bazarında azad, müqavilə imzalanmamış DFX həcmi yoxdur, Ukrayna və Qazaxıstan isə onsuz da bütün imkanlarını bizə ixrac edir.

Dəmir filiz xammalına qiymətlərin stabilləşməsinin iqtisadi əsaslanmasından əlavə, analitik qiymət vəziyyətinin inkişafına təsir göstərən siyasi amildə görürlər. Vyaçeslav Smolyaninov hesab edir ki, DMK-lar qiymətləri, həmçinin ona görə qaldırmırlar ki, qorxurlar hökumət sahədə olan həddindən artıq gəlirlərin tutulması üzrə tədbirlər həyata keçirə bilər. Dmitriy Parfyonov öz kolleqasını dəstəkləyir. Yeri gəlmişkən, qiymətlərin artımının əsas amili filizin əsas istehlakçılarının – metallurgiya şirkətlərinin mövqeyi ola bilər.

Qeyd edək ki, filizə qiymətlərin durmadan artması və onun «bazar ehtiyatlarının» müstəqil istehlakçılarda yüksək konsentrasiyası metallurgiya oliqarxlarında qıcıqlanma yaratmışdır. «Evraz-Xolding»in, NLMK və MMK rəhbərləri fevralda sənaye və enerji naziri Viktor Xristiyenkoya müraciət etmişlər ki, «qazmaçıları cılovlasın», lakin ondan dəstək almamışlar. Onda metallurqlar mart ayında MRT rəhbəri Qerman Qref və hətta baş nazir Mixail Fradkovun yanında olmuşdular və təklif edirdilər ki, dəmir filizinə ixrac rüsumu təyin olunsun və idxal rüsumu ləğv edilsin. Bir ay da keçmədi və 5% idxal rüsumunu ləğv etdilər, lakin metallurqlara bu da yaxşı olmadı: idxal həcmi böyük deyil, idxal filizinə 5% artım daxili qiymətlərin 2% artımında o qədər də vacib rol oynamır. Filizə ixrac rüsumu qoyulması məsələsini MERT-dən RBC daily öyrənmə bilməmişdir.

Çox güman bu rüsumun tətbiq olunması qərarı çarəsiz qaldıqda qəbul olunacaqdır. Əks halda, Qerman Qrefin idarəsi ÜTT üzrə Aİ-da olan kolleqalarına danışdığı zaman izahat verməli olacaqdır. «EvrazXoldinq»in nümayəndəsi RBC daily-yə demişdir ki, şirkətdə hesab edirlər ki, filizə qiymətlər «yaxın gələcəkdə» yüksək olacaqdır, amma xoldinqdə bu gələcəyi nə qədər uzaq olması haqqında məlumat verilmədi. Mixaylovsk DMK baş direktoru Andrey Variçev hesab edir ki, dünya bazarlarında xammalın defisiti qorunacaqdır. «Bu onu deməyə əsas verir ki, cari ildə müsbət qiymət dinamikası, qiymətlərin dünya artımı müşahidə olunacaqdır, lakin Rusiya istehsalçıları olaraq istehlakçılara diferensiallaşdırılmış sosial yaşama sadiq qalacağıq».

V.Seregin.

КОМПАНИИ – analitik gündəlik qəzet 2005.15.04

Özünə nəzarət üçün testlər

Külli seçim

1

Dünya qiymətləri – bu:

- a) beynəlxalq ticarətdə qurulan bütün növ qiymətlər;
- b) dünya birliyinin öz institutları vasitəsilə razılaşdırılmış qiymətlər;
- c) beynəlxalq ticarətin əsas mərkəzlərində, əsas dünya mal bazarlarında iri ixrac-idxal əməliyyatlarının qiymətləridir;
- ç) beynəlxalq ticarətin orta hesab qiymətləri.

2

Neftə dünya qiymətləri hal-hazırda aşağıdakılardır:

- a) neftin satışı üzrə konkret sazişlərin qiymətləri;
- b) OPEK üzvləri dövlətlərinin rəsmi satış qiymətləri;
- c) dövlətlər arasında regional sazişlərin nəticəsində neftə qoyulan qiymətlər;
- ç) neft üzrə beynəlxalq sazişlərin orta ölçülmüş qiymətləri.

3

Qarışıq qiymət – bu aşağıdakıların nəticəsində qurulan qiymətdir:

- a) ixracın mal strukturunun diversifikasiya qiymətidir;
- b) xarici ticarət müqaviləsidir, onun strukturunda bir tərəf yaxşı fiksə edilib, digəri isə sürüşəndir;
- c) barter sazişləri.

4

Transfert qiymətlər – bu:

- a) azad bazarın qiymətləri;
- b) baş beynəlxalq korporasiya və onun filialları arasında malın hərəkəti zamanı qoyulan qiymətlərdir;
- c) sürüşən qiymətin fərqidir.

5

Beynəlxalq ticarətdə dünya qiymətlərini xarakterizə edən əsas əlamətlər:

- a) azad konvertasiya olunan valyutada qoyulan qiymətlər;
- b) beynəlxalq ticarətdə orta hesab qiymətləridir;
- c) həmin məhsulun aparıcı istehsalatçıların həmin mala olan qiymətləridir;
- ç) qiymətlər azad bazar rəqabəti prosesində formalaşır.

6

Birja qiymətlərinin çatışmazlıqları aşağıdakılardır:

- a) həmin məhsulun bazarında baş verən dəyişiklikləri əks etdirir;
- b) birja kotirovkaları, məhz, həmin an üçün sazişlərin faktiki qiymətləridir;
- c) beynəlxalq ticarətin təchizat və ödəmə şəraiti kimi elementlərini əks etdirir;
- ç) spekulativ amillərin təsiri altında tez-tez dəyişir.

FƏSİL 4

Müzakirə üçün vəziyyətlər

Tapşırıq 1. Təqdim olunan məsələnin müzakirəsi zamanı Rusiyanın neft birjasının alınması perspektivinə baxın. Rusiyada neft ilə birja ticarətinin müsbət və mənfi tərəflərini müzakirə edir. Neft birjasının açılması neftin dəyərinə necə təsir edə bilər.

Qeyri-şəffaf neft

Maliyyə bazarları üzrə federal xidmət (MBFX) tez bir zamanda milli neft birjasını yaratmaq istəyir. Analitiklər birja hərəraclarının xoşməramlılığını əks etdirmirlər, sadəcə fikirləşirlər ki, çətin ki, neft birjası açılsın. Bu iri neft şirkətləri üçün sərfəli deyil.

MBFX başçısının müavini Bembya Xulçaıyev ikinci gün jurnalistlərə məlumat vermişdir ki, dövlət öz neft birjasını şəffaf yaratmaq fikrindədir. Ekspertlər fikirləşir ki, Rusiyada neft və neft məhsulları ilə birja ticarətinin təşkili dövlət və bazar iştirakçıları tərəfindən artıq birinci il deyil ki, müzakirə olunur.

Xulçaıyev qeyd etmişdir ki, bu cür bazarın yaranması neftə və neft məhsullarına doğru daxili qiymətlərin qoyulmasına şərait yaradacaq. Onun sözlərinə görə, neft və neft məhsulları bazarının yaradılması bugünləri bir sıra sahə nazirlikləri tərəfindən müzakirə olunur.

Təkliflərdən biri – neft şirkətləri tərəfindən ölkənin daxilində neftə və neft məhsullarına qiymətlərin qoyulmasına daxil edilməsidir. Hal-hazırda neft satıcı və alıcı ilə birbaşa müqavilələr vasitəsilə satılır. Lakin FK «Меатрастойл» analitik şöbəsinin başçısı Aleksandr Razuvayev «Взгляд» qəzetində qeyd etdiyi kimi birja hərəracları yəqin ki, neft qiymətlərinə təsir etməyəcək. Bununla belə, o, əmin edir ki, birja ticarəti vacibdir, beləki, neft və neft məhsullarına Rusiya bazarı qeyri-şəffafdır və kriminallaşmış. Lakin, bununla belə, Razuvayev hesab edir ki, hal-hazırda bazar iştirakçıları əməlli-başlı yetişiblər ki, «qara qızılla» birja ticarəti tətbiq edilsin. Bizdə belə sahələr var ki, (RTS, MMBV) dövlətin nəzarəti altında aksiyalar satılır və hər şey şəffaf keçirilir, Razuvayev qeyd etmişdir. Bu cür nümunə ilə bazar iştirakçıları və dövlətin razılığı ilə neft birjası da

yaradılmalıdır. Bununla belə, o, neftin ixracına hər hansı bir məhdudiyyətlərin qoyulmasının əleyhinədir. «Nefti süni, qeyri-bazar, inzibati üsullar ilə bazara salmaq olmaz. Bazarın bütün iştirakçıları mədəni, şəffaf biznes mühitində işləmək istəyir, bunun üçün onlar özləri neft birjasının yaranmasını alqışlayacaq, özü də bu gün normal vahid bazar yoxdur»- Razuvayev qeyd edir.

Lakin «Тройка Диалог»un analitiki Valeriy Nesterov razı deyil ki, neft şirkətləri birjanın yaradılmasına hazırdır. «Neft şirkətləri özləri buna maraq göstərmir, birja hərraclarının təcrübəsinin tətbiq edilməsi üçün isə neft şirkətlərinin marağı lazımdır. Bunu «Взгляд» qəzetinə Nesterov demişdir. Hal-hazırda bu növ bir sıra regional sahələr mövcuddur. Əsasən də, Xantı Mansuyuk dairəsində. Yəqin ki, onlar kağız üzərində mövcuddur. Onlar haqqında heç nə məlum deyil».

Bugünə ölkə daxilində əsas neft istehlakçıları neft emalədici zavodlardır, onlardan keçən il emal olunmuş neftin 195 mln. tonundan «müstəqil» NEZ payına 15% düşmüşdür, bunu «Взгляд» qəzetinə «Solid» şirkətinin analitiki Denis Borisov demişdir.

Borisov əmindir ki, «Beləliklə, bu layihə genişmiqyaslı olacaq və daxili qiymətlərə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərməyəcəyini demək tezdi. Bunun üçün lazımdır ki, neft birjaya şaquli inteqrasiya edilmiş şirkətlərdən gəlsin. Bunu necə etmək olar, məlum deyil. Kvotalar qoymaq, əlbəttə ki, mümkündür. Lakin birjada şaquli inteqrasiya edilmiş şirkətlər nefti öz NEZ-nə göndərməyə imkanları olur və bu yolla birjadan qaçırlar». Vəziyyətdən bu cür çıxış üçün neft şirkətlərinin ehtiyatları vardır. Neftin ilkin emalı üzrə qurğular NEZ qoşulması keçən ildə LUKOYL-da 85,3%, YUKOS-da 63,2%, TMK VR – 60,1% olmuşdur.

E.Badırxanov

«Взгляд» qəzeti 2005.12.10. www.vzglyad.ru/print.html

Tapşırıq 2. Müəyyən edin ki, auksionların hansı növü haqqında aşağıda söhbət gedir? Güllərlə auksion ticarətinin üstünlükləri nədir?

Bazar ertəsinədən cümə gününə qədər səhər saat səkkizdən auksiona iri partiylarla güllər daxil olur, onların satışı beş zalda aparılır. Güllər konveyerlə bütün zal boyu hərəkət edir. Topdan alıcılar amfiteatrın arxasında yerləşdirilmiş masaların arxasında oturur. Hər bir hərrac iştirakçısının qarşısında düymə vardır, o əks divarda yerləşən böyük tsiferblatla birləşib, orada x maksimal qiymətdən minimal qiymətə doğru hərəkət edir. Qərarın qəbul edilməsi üçün saniyələr ayrılır. Düyməni birinci basan güllərin alınması hüququnu alacaqdır. Alış kompyuter vasitəsi ilə 1-15 dəqiqə ərzində qeyd edilir və rəsmiləşdirilir.

Elə həmin konteyner vasitəsi ilə güllər sonrakı zala keçir, onları burada qablaşdırırlar və dərhal ezotermik qablarda təyinat yerinə aeroporta və ya mağazaları çatdırırlar. Hər il Alsmərə (Hollandiya) dörd iş saatı ərzində günə 900 mln. qızılgül, 250 mln. tülpan, 220 mln. digər güllər, qablarda cəmi 3 mlrd. ədəd satılır. Ümumiyyətlə, Hollandiyada hər il 6 mlrd. güldən çox satılır. Hollandiyanın güllərin beynəlxalq ticarətində payı 60%-dən çoxdur və bu göstəriciyə görə birinci yeri tutur (bax.Андреев, Матюхин).

Özünə nəzarət üçün testlər

Külli seçim

1

Real mal olmadan bağlanan sazişlər bunlardan hansında bağlanır:

- a) auksionda;
- b) əmtəə birjasında
- c) tender köməyi ilə.

2

Birja mallarına aşağıdakılar aiddir:

- a) xəzlər;
- b) maşın və avadanlıq;
- c) enerji daşıyıcıları;
- ç) dənli bitkilər.

3

Auksionlarda ticarətin əsas predmeti:

- a) enerji daşıyıcıları;
- b) xəz və onların məhsulları;
- c) çay;
- ç) taxıl.

Açıq sual

4

Fikri tamamlayın: «Fond birjalrı – bu _____».

5

Cümləni tamamlayın: «Fyuçers birjalrı – bu _____».

6

Cümləni tamamlayın: «Auksionlar – bu _____».

7

Cümləni tamamlayın: «Beynəlxalq hərraclar – bu _____».

8

Cümləni tamamlayın: «Fərdi hərraclar – bu _____».

9

Beynəlxalq torqların keçirilməsinin dörd mərhələsini qeyd edin:

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

FƏSİL 6

Müzakirə üçün vəziyyətlər

Tapşırıq 1. Vəziyyəti müzakirə edərkən hansı ölkə haqqında söhbət getdiyini müəyyənləsdirin. İki ölkənin xarici iqtisadi siyasətində fərqlər nədir? İqtisadiyyatın açıqlığının müsbət və mənfilərini müəyyənləsdirin.

İki ölkə haqqında nəğil

2 inkişaf etməkdə olan A və B ölkələri var idi. İki ölkə eyni enlikdə yerləşir, varlı ölkələrə yaxındılar, hər ikisi isti sularla yuyulur. Hər iki ölkədə eyni din mövcuddur, hər ikisində yeni dövlət quruluşudur. Hər iki ölkə qiymətli faydalı qazıntılarla boldur, geniş ərazilərə malikdir, hər iki ölkənin əhalisinin yarısından çoxu kənd təsərrüfatı ilə məşğuldur. Hər iki ölkə eyni vaxtda müstəqil olmuşdur və iqtisadiyyatını qırmağa başlamışdır.

A ölkəsi iqtisadiyyatını açmışdır və bütün gücü ilə ölkəyə xarici sərmayənin gəlməsinə şərait yaratmışdır, bu, əsasən, azad ticarət zonalarının yaradılması yolu ilə həyata keçirilmişdir. Yeni sənaye mərkəzləri yaranmışdır, burada maşınqayırma, emaledici, kimyəvi, yüngül sənaye inkişaf edirdi. Bu ona gətirib çıxartdı ki, ölkənin kənd təsərrüfatının ÜDM-də payı 25 il ərzində 35%-dən 20%-ə enmişdir. Bu vaxt ərzində isə sənayenin payı 17%-dən 35%-ə, özü də emaledici sənayenininki, 7%-dən 20%-ə qalxmışdır. Bütün bu illər ərzində dövlət maksimal açıqlıq siyasətinə sadıq qalırdı, ixrac stabil olaraq ÜDM-in yarşını təşkil edirdi, lakin ixracın strukturu tədricən xammalın ixracından hazır məhsulların ixracına tərəf istiqamətlənirdi.

B ölkəsi müstəqil olduğu ilk günlərdən digər inkişaf yolu seçmişdir. Onun əsasında idxal siyasətinin, kənd təsərrüfatı mallarının bolluğu, milli ehtiyatlara, sonradan isə sənayeye dövlət nəzarətinin təşkilindən ibarətdir. Bu cür siyasət gətirib ona çıxartmışdır ki, bir çox sahələrdə yüksək səviyyəli tutumlara malik qeyri-effektiv müəssisələr işləyirdi, onların mövcudluğu yüksək tarif və qeyri-tarif idxal sahələri ilə təmin olunurdu. Bununla paralel olaraq, ölkənin iqtisadiyyatında xarici mülkiyyətin məhdudlaşdırılması siyasəti aparı-

lırdı. Beləliklə, müstəqillik əldə etdikdən on il sonra ölkənin iqtisadiyyatının əsas sahələrində iri dövlət müəssisələri-monopolistlər dominantlıq edirdi və onlar xarici rəqəbətdən qorunurdu. Bu büdcəyə daimi təzyiq və ölkəyə gələn sərmayələrin tədricən azalmasına yönəlmişdir. 15 ildən sonra baş vermiş ixracın əsasını təşkil edən xammal qiymətlərinin aşağı düşməsi büdcə defisitinin artmasına səbəb olmuşdur (iki il ərzində ÜDM-də 3%-dən 20%-ə qədər). Tez bir zamanda vəziyyət quraqlıq və kənd təsərrüfatı istehsalının aşağı düşməsi ilə pisləşmişdir. Bu 25 il ərzində kənd təsərrüfatı istehsalının payı ÜDM - də 25%-dən 16%-ə qədər enmişdir, sənaye istehsalının payı 25%-dən 35%-ə qədər artmışdır. Adambaşına ÜDM-nin orta inkişaf tempi cəmi 1,7% təşkil etmişdir.

1985-ci il üçün həm daxili həm də xarici disproporsiyalarla əlaqədar olaraq güclənən problemləri nəzərə alaraq B ölkəsi idxal əvəzləmə kursundan imtina etməli və böyük açıqlıq siyasətinə keçməli olmuşdur.

Rusiya ÜTT-də: miflər və reallıqlar
<http://www.rosalcohol.ru/site>

Tapşırıq 2. Müzakirə zamanı müəyyənləşdirin ki, xarici ticarətin dövlət nizamlanmasının hansı üsulu bu vəziyyətdə istifadə olunur, ABŞ-da poladın idxalına məhdudiyyətlər qoyulduqda kim udur, kim uduzur, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı bu malla beynəlxalq ticarətin nizamlanmasında hansı rolu oynayır.

Polada rüsumlar qüvvəyə minmişdir

ABŞ-da ölkəyə polad məhsullarının idxalına yeni tariflər qoyulmuşdur. Yeni tariflər 30%-ə çatı rəvə üç il müddətinə daxil edilir. Poladın idxal şərtlərinin dəyişməsi haqqında 2002-ci ilin mart ayının əvvəlində elan edilmişdir. Prezident C.Buş bu yolla milli metalurqlara uzun müddət davam edən böhrandan özünə gəlməyə kömək etmək istəyirdi. Gələcəkdə, yeni tariflərin tətbiq edilməsi perspektivi ixracatçılar arasında pis qarşılandı. Avropa Birliyi ilk dəfə olaraq DTT-yə rəsmi şikayət göndərmişdir. AB poladəritmə sənay-

esinin nümayəndələri deyirlər ki, yeni tariflərin tətbiq edilməsi nəticəsində onlar hər il 2 mlrd. dollara yaxın gəlir əldə etməyəcəkdir.

AB öz polad istehsalçılarını müdafiə etmək üçün ABŞ-na qarşı sanksiyaların tətbiq edilməsini nəzərdə tutur. Dünyanın digər dövlətləri də ABŞ-ın qəbul etdiyi tədbirləri pislədilər. Tariflərin tətbiqi RF, Çin, Braziliya, Yaponiya, Cənubi Koreya, Norveç, Avstraliya və Yeni Zelandiya kimi dövlətlərin ixracına mənfi təsir göstərir. Bununla belə, bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələr, məsələn, Cənubi Afrika Respublikası ABŞ-ın «qara siyahısına» düşmədilər. ABŞ-ın azad ticarət haqqında razılaşması mövcud olduğundan yeni tariflərdə Kanada, Meksika, İsrail, İordaniya baxılmır.

Tariflərin təsdiq edilməsi polad məhsullarını istifadə edən Amerika şirkətləri arasında narazılığa səbəb olmuşdur. Onlar hesab edirlər ki, bu tədbir nəticəsində polada qiymətlərin artması qaçılmazdır və bu sahədə, hər şeydən əvvəl, işçi yerlərinin ixtisar edilməsinə səbəb olacaqdır.

C.Buş bütün baxışları ilə yeni tariflər haqqında elan etməyə hazırlaşan vaxtı vəziyyəti qabaqcadan görürdü. Lakin siyasi məntiq və həvəs mövcud vəziyyəti ciddi tədbirlərlə dəyişmək istəyi üstün olmuşdur. Polad əritmə şirkətləri bu il Konqresə seçkilər zamanı əsas rol oynaya bilərlər. Bundan əlavə, onlar 2004-cü ildə prezident seçkilərinin gedişatına təsir göstərə bilərlər.

DTT-də ABŞ tərəfindən tariflərin tətbiq edilməsi məsələsinin müzakirəsi bir neçə ay və hətta il çəkə bilər. Tam aydındır ki, ABŞ-ın ticarət tərəfdaşları tərəfindən müvafiq məhdudlaşma haqqında mübahisələrə cavab olaraq tədbirlər tətbiq etməyə başlayacaqdır. Dünyada daha çox polad məhsullarının buraxılması ilə əlaqədar olaraq poladəridənlər arasında ziddiyyət daha da qızışacaqdır. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) nümayəndələrinin sözlərinə görə, istehsalçı şirkətlər istehsal güclərini 100 min ton azaltmışdır ki, bu sahə öz biznesinin gəlirliyi üçün mübarizə aparsın.

*Rusiyanın Bi-Bi-Si xidmətinin materialları
üzrə 2002.20.03 tarixdən*

Özünə nəzarət üçün testlər

Külli seçim

1

Hər bir təyinat üçün ona müvafiq anlayışı seçin.

1. İdxal olunan mala qoyulan vergi.
2. Rüsumlar tətbiq edilmədən beynəlxalq ticarəti məhdudlaşdıran tədbirlər.
3. İxracın məhdudlaşdırılmasının müasir qeyri-iqtisadi forması.
4. Bir ölkənin digər ölkənin vətəndaşlarına və firmalarına satdığı mal və xidmətlər.
5. Hökumətin yerli istehsalçı-ixracatçıları stimullaşdıran ticarət siyasətinin aləti.
6. Digər gətirilən mallara miqdar limiti.
7. Xarici bazarda malların onları maya dəyərindən aşağı qiymətə satılması.
8. Dövlətin heç bir müdaxiləsi olmadan nisbi üstünlük prinsipinə əsaslanan beynəlxalq mübadilə prosesi.
9. Digər dövlətlərin vətəndaşlarından və firmalarından bizim aldığımız mal və xidmətlər.
10. Ölkələrin ticari-iqtisadi ziddiyyətlərini nizamlayan beynəlxalq institutlar (adlanma tarixi tam olmaqla).
11. Ölçüsü malın dəyərindən faizlə hesablanmış rüsum.
12. Ticarət üstünlüklərindən istifadə edən ölkələrlə ticarətin inkişafı və əlverişli şəraitin yaradılması üçün tətbiq edilən rüsum.
13. Müəyyən bir dövr ərzində gətirilməsinə və göndərilməsinə nisbətən aşağı tarif dərəcəsi ilə xüsusi icazə verilmiş malın miqdarının müəyyən edilməsi.
14. Malların gətirilməsi və göndərilməsinə dövlət orqanları tərəfindən vəkil edilmiş şəxslərə verilən xüsusi icazənamə qaydaları (yazılı, xüsusi sənəd şəklində).

- | | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| a) ixrac | f) qeyri-tarif maneələri |
| b) idxal | g) dempinq |
| c) advalor | ğ) lisenziyalaşma |
| ç) idxal rüsumu | n) ixrac subsidiyası |
| d) kvota | t) azad ticarət |
| e) tarif kvota | ı) Ümumdünya ticarət təşkilatı |
| ə) preferensial rüsum | i) ixracın könüllü məhdudlaşdırılması |

2

İdxal rüsumu və kvota arasında fərq ondan ibarətdir, yalnız rüsum:

- a) beynəlxalq ticarətin ixtisar edilməsinə səbəb olur;
- b) qiymətin artmasına səbəb olur;
- c) dövlət büdcəsinə gəlir gətirir
- d) ölkədə həyat səviyyəsinin aşağı düşməsinə səbəb olur;
- e) bütün əvvəlki cavablar düzgün deyil.

3

Proteksionizm dövlətin xarici iqtisadi siyasəti kimi rəqabətdən qorunmasına yönəldilib:

- a) yerli mallar yerli bazara;
- b) yerli mallar xarici bazara;
- c) xarici malların yerli bazara.

4

Proteksionizm tərəfdarları təsdiq edirlər ki, ticarət maneələri üçün lazımdır:

- a)gənc sahələrin xarici rəqabətdən qorunması;
- b)daxili məşğulluğun artması;
- c)dempinqin qabağının alınması;
- d)ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi;
- e)bütün keçmiş cavablar düzdü.

5

Xarici ticarətin qeyri-tarif tənzimlənməsi tədbirlərinə aid edilir:

- a)idxal kvotası;
- b)sertifikasiya və standartlaşdırma;
- c)lisenziyalaşdırma;
- d)gömrük rüsumları.

6

Xarici ticarətin tənzimlənməsinin tarif alətlərinə aiddir:

- a)idxal rüsumu;
- b)idxal kvotası;
- c)lisenziya;
- d)kəonüllü məhdudiyyətlər.

7

İdxal tariflərinin təsdiq edilməsi xarici ticarətin nizamlanmasının aşağıdakı növlərinə aid edilir:

- a) inzibati;
- b) iqtisadi;
- c) xüsusi tədbirlər.

8

Kvotalaşdırma – bu:

- a) ixraca qadağaların qoyulması;
- b) idxal rüsumlarının tətbiq edilməsi;
- c) idxalın məhdudlaşdırılması;
- d) idxal və ya ixracın miqdar məhdudlaşdırılması;
- e) gətirilən malların nomenklaturasının müəyyən edilməsi.

9

Gömrük tarifi – bu xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsinin üsulu-dur və təsdiq edilməsilə:

- a) ixracatçılara və ya idxalatçılara inzibati təsir tədbirləri;
- b) iqtisadi tədbirlər;
- c) inzibati-iqtisadi tədbirlər.

10

Gömrük rüsumları – bu:

- a) dövlət tərəfindəq hər hansı bir gətirilən və göndərilən mallara qoyulan miqdar məhdudiyyəti;
- b) mallardan idxalına, bəzən də ixracı zamanı qarşılıqlı pul yığımları;
- c) malın gömrük sərhədlərini keçdikdə dövlətlərin mallara yığıqları vergilər.

11

Dempinq – bu:

- a) xarici ticarət əlaqələrinin dövlət tənzimlənməsi üsülüdür;
- b) firmalar tərəfindən xarici bazarda istifadə olunan vicdanlı rəqabət üsuludur;
- c) tətbiqi xüsusi antidempin qanunvericiliyi ilə məhdudlaşan ləyaqətsiz rəqabət üsulu.

12

Dövlət ixracın genişlənməsində maraqlıdır, beləki:

- a) istehsalatın genişlənməsinə və ölkə daxilində məşğulluğun artmasına imkan yaradır;
- b) gömrük rüsumları hesabına büdcəyə daxil olmaları artırır;
- c) milli istehsalçıların rəqabət qabiliyyətini genişləndirir.

Düzdür/düz deyil

13

«Bir sıra sahələrin milli təhlükəsizlik məqsədləri üçün müdafiəsi – ticarət sədlərinin qoyulması xeyrinə arqumentlərdən biridir» təsdiqi düzdürmü:

- a) Düzdür
- b) Düz deyil

14

İdxal rüsumlarının tətbiq olunmasına nisbətən azad beynəlxalq ticarət şəraitində ölkənin iqtisadi rifahı həmişə aşağıdır: Təsdiq düzdürmü?

- a) Düzdür
- b) Düz deyil

15

«Gömrük rüsumlarının təsdiq edilməsi ölkədə daxili tələbatı stimullaşdırır» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür
- b) Düz deyil

16

«Yeni sahələrin xarici rəqabətdən qorunmasının vacibliyi ticarət sədlərinin qoyulması xeyrinə ədalətli arqumentdir» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür
- b) Düz deyil

17

«Rusiyada həyat tərzı səviyyəsi müəyyən dərəcədə xarici ticarətdən çox asılı olaraq Danimarkadakından yüksəkdir» fikri düzdürmü?

- a) Düzdür
- b) Düz deyil

18

«Mal və xidmətlərin idxalı daxili qiymətlərin artmasına gətirib çıxardır və inflyasiyaya səbəb olur» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

19

«İdxal ölkədə məcmu tələbi artırır» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

20

«Ticarət şərtləri ixrac qiymətlərinin idxal qiymətlərinə münasibətidir» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

21

«İdxal rüsumlarının tətbiq edilməsində idxalı azaltmaq milli sahələri və iş yerlərini xarici rəqabətdən müdafiə etmək üçündür» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

22

«Ticarətin ixtisaslaşması əsasında beynəlxalq resurslarla təmin etmək və xüsusilə müxtəlif insan və maddi resursların tiplərindən olan miqdarı» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

23

«Xarici malların idxalının məhdudlaşdırılması nöqteyi-nəzərindən, idxal kvotaları, rüsumlardan nisbətən nəticəlidir» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

24

«İdxalın məhdudlaşdırılması ölkədə effektiv olmayan sahələrin saxlanmasına aparır və səmərəli istehsalın artmasını saxlayır» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

Açıq sual

25

Dövlətin fəaliyyəti dünyanın digər ölkələri və onların qruplaşmaları ilə ölkənin mövqeyini və dünya iqtisadiyyatı meydanında biznesi möhkəmləndirmək məqsədi ilə icarət münasibətlərinin tənzimlənməsi və inkişafına yönəldilmişdir – bu _____.

26

«Xarici ticarət fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin paratarif metodları frazasını bitirin: _____»

27

Aşağıda qeyd edilənlərin təsdiqlənməsi düzdürmü və nəyə görə – yazın.

«Gömrük rüsumlarının tətbiqi ölkədə daxili istehlakı stimullaşdırır».

28

Dövlətin xarici ticarət siyasətinin əsas növlərinə aiddir:

_____.

29

Ölkənin xarici ticarət siyasətində aşağıdakı meyarlar baş verir: _____.

30

Yazın aşağıdakı göstərilənlərin təsdiqi düzdürmü və nəyə görə:

«Xarici malların idxalının məhdudlaşdırılması nöqtəyi-nəzərindən idxal kvotaları, rüsumlardan daha nəticəlidir».

FƏSİL 7

Müzakirə üçün vəziyyət

Tapşırıq 1. Təqdim olunan vəziyyətin müzakirəsi zamanı Rusiya bazarında xarici şirkətlərin filiallarının açılmasının müsbət və mənfiələrini qeyd edir. Xarici şirkətlərin bank, sığorta xidmətlərində və qiymətli kağızlar bazarında xidmətdə filialların açılması bazarın Rusiya iştirakçılarının fəaliyyətinə necə təsir edə bilər Sizin fikriniz necədir, RF-da xarici şirkətlərin filiallarının açılması qadağa Rusiyanın ÜTT-yə daxil olmasına, danışıqların gedişatına necə təsir göstərə bilər?

Kudrin xariciləri rədd etmişdir

Aleksey Kudrin milli bazarda xarici şirkətlərin filiallarının açılmasının mümkünliyindən qəti imtina etmişdir. Bu məhdudiyyətlərdən biridir. Rusiya bunu, hətta, ÜTT –yə daxil olduqdan sonra da ləğv etmək istəmir. Bu məsələ haqqında maliyyə nazirinin belə danışması bankirlər və sığortaçılar arasında öz dəstəyini almışdır. Deyildiyi kimi, belə məhdudlaşdırma, həmçinin, sırası vətəndaşa da əhəmiyyətlidir.

Cümə günü Rusiyanın ÜTT-yə daxil olması haqqında bir sıra danışıqları şərh edərək Aleksey Kudrin qeyd etmişdir ki, «Rusiya bank, sığorta xidmətləri və digər xidmətlər bazarında bir başa filialların fəaliyyətinin ləğvi Rusiya bazarının liberallaşdırılması üzrə təkliflərin əsas idi və biz öz tərəfkeşlərimizə danışıqların gedişatında eləmişik».

Eksklüziv xidmət

Xarici marka altında Rusiya bazarında iştirak etmək istyən bütün xaricilər üçün lazımı tələb – yeni Rusiya müəssisəsini qeyd etməkdir. Xüsusilə, bu şərtin gözlənilməsinə nəzarət olunması üzrə əsas nəzarət bank xidmətləri və sığorta sahəsində aparılır.

Motivasiya sadədir – qərb iştirakçılarının olması bazarın bütün iştirakçıları üçün qeyri-bərabər rəqabət şəraiti yaradır. Xaricdə həm sığortalama, həm də bank sahəsi onilliklərlə konsolidasiya dalğasından keçmişdir, bunun sayəsində öz sahələrinin nəhənglərinə çevrilmişlər.

Daxili bazar üçün qorxu ondan ibarətdir ki, «filiallar, faktiki olaraq, hüquqi baxımdan xarici şirkətlərin təsiri altındadır və Rusiya qaydalarına tabe olmur» bunu ümumrusiya sığortaçılar birliyinin analitik-məlumat mərkəzinin rəhbəri Eduard Qrebenşikov bildirmişdir. «Filiallar imtiyazlı vəziyyətdə olurlar, onlara lisenziya alaraq və ehtiyat kapitalı yaratmaq lazım deyil», -deyərək Qrebenşikov öz fikrini tamalamışdır. Lakin yerli sığorta şirkətinə kütləvi tələblər təqdim olunur və onların yerinə yetirilməsi resursları geri gedir.

Sığortaçıların maraqları bazarın pozulmasına yönəltməklə ikinci plana keçir, öz yerini yerli xarici şirkətlərin təklif etdikləri xidmətlər arasında eksklüziv xidmət kimi yalnız «Yaşıl kartların» satışını qeyd etmək olar. Söhbət sürücülərin onların xaricə səfərləri zamanı sığortalanmasından gedir. Rusiya «Yaşıl kart» beynəlxalq sisteminə üzvü olmayınca bu kartları yalnız xarici sığortaçılar təklif edə bilər. Rusiya «Yaşıl kart» sisteminə daxil olduqdan sonra Rusiya sığortaçılar «Yaşıl kart»-ını öz sığorta polislərinə sata biləcəklər. Ümumiyyətlə, daxili sığorta şirkətləri ilə xarici sığorta şirkətlərinin xidmətləri arasında Qrebenşikov hələ bir fərq görmür.

Bu fakt həm də onu təstiqləyir ki, sığorta bazarında AİQ və ROCHO kimi sığorta şirkətlərinin xidmətləri Rosqostrax və ya «Alfa-sığorta» kimi şirkətlərin xidmətindən o qədər də fərqlənmir. Yuxarıda göstərilənlərə əsasən, Eduard Qrebenşikov qeyri-rezidentlərin milli bazarda mövcudluğuna imkan verməmək haqqında nəzirin ideyasını dəstəkləyəcəkdir.

RBA-nin prezidentinin qeyd etdiyi kimi, milli bank sistemi əsas dövlət atributlarından biridir. Burada məsələn, avtomobil sə-

nayeciləri ilə müqayisə etmək lazım gəlmir. Aleksey Kudrinin mövqeyini Rusiya Bankları Assosiasiyasının (RBA) prezidenti Qareqin Tosunyan təstiq etmişdir. «Kudrinə əhsən – Tosunyanın nazirin sözlərini bəyənmişdir – yaxşı ki, son halda bizim sözlərimiz eşidildi». Qareqin Tosunyanın fikrincə, söhbət, sadəcə olaraq müvəffəqiyyətli bank fəaliyyətinə nisbətən daha vacib şeylər haqqında gedir. Bir çox ölkə, dövlət öz avtomobil və ya elektron istehsalı olmadan fəaliyyət göstərə bilər, lakin milli bank sistemi olmadan ötürməsi mümkün deyil.

Bununla belə, xarici şirkətlərin filiallar vasitəsilə, «icazə verilməsi» nümunəsi kimi Polşa çıxış edə bilər, burada milli adlar altında xarici banklar çox gözəl fəaliyyət göstərir. Lakin yaxşı mövcudluqda medalın əks tərəfi də varmış. Qloballaşma problemləri institutunun direktoru Mixail Delyaqin «Взгляд» qəzetinə müsahibəsində demişdir ki, Polşa müəssisələrinin xarici filiallara keçməsi Polşada işsizliyin səviyyəsini 27%-ə qədər artmışdır. Bu, ona görə olmuşdu ki, bütün istehsalçılar öz mallarını xarici bazarlarda satmaq iqtidarında olmayan bütün istehsallar, xaricilər tərəfindən bağlanmışdır.

Delyaqinin açıqlamasına görə, faktiki olaraq «Polşa, Şərqi Avropanın və Baltikyanı ölkələrin bir çoxu kimi öz şəxsi iqtisadi siyasətinə sahib deyil və tamamilə Qərbə tabedir». Xarici bankların filiallarının birbaşa iştirakı nəyə gətirə bilməsinə Estoniya nümunə ola bilər. 1999-cu ildə yalnız bir Milli bank qalmışdır ki, Mixail Delyaqin dəqiqləşdirə bilmədi. Digər banklar isə xarici olmuşdur, istənilən bank əməliyyatına görə müəssisə hesabına 50 dollar məbləğində komissiya toplanırdı.

Milli maraqların müdafiəsi üçün ölkənin daxili ehtiyatlarını inkişaf etdirmək lazım idi. Qareqin Tosunyan inanırdı ki, yaxın vaxtlarda bazarı açmaq lazım deyil. «Milli bank sistemi nə vaxta qədər ki, kapitallaşmış olmayacaqdır, biz xarici filialları ölkəyə buraxmalı deyilik» - bunu RBA-nın başçısı demişdir.

Bu da aydındır. «Rusiya sığorta şirkətlərinin və bankların kapitallaşmasına baxaraq, xaricilərlə rəqabət aparmaq çətin olacaqdır» Tosunyanın versiyasını Vladimir Pantyuşin təstiq edir. Qeyri rezidentləri bazara buraxdıqda Milli banklar sadəcə müflisləşəcək. Başqaları haqda danışmadan belə, Əmanətbank və İƏB-ı pis və

ziyyətdə qalacaqdır. Bunun üçün Rusiya sığorta və bank xidmətlərinin inkişafını öz gücləri ilə təmin etməlidir.

Xaricilərin təzyiqi ilə geri çəkilmək artıq təhlükəli olduğunu Aleksey Kudrin təstiqləmiş və bu məsələ haqqında bütün maneələrin tükəndiyini bəyan etmişdir.

Müəyyən vaxt keçdikdən sonra bazarı açmaq mümkün olacaqdır. «Lakin hələ on il lazım olacaqdır ki, milli istehsalçılar xaricilərlə rəqabət apara bilsin», bunu deyərək Vladimir Pantyuşin nöqtəni «i»nin üzərində qoymuşdur.

«Renessans Kapitalın» baş iqtisadçısı belə hesab edir ki, ÜTT-yə daxil olmaq haqqında danışıqların gedişinə maliyyə nazirliyinin bəyanatı yəqin ki, təsir etməyəcəkdir. «Rusiyanın mövqeyi bu məsələdə aydın müəyyənləşib, bu haqda danışıqların iştirakçıları məlumatlıdır». İndi tərəflər məhdudiyyətlər qoyula bilən və ÜTT-yə qəbul olunmanın mümkün vaxtı və digər məsələlərini həll edirlər. Bizim hökumət onların hamısını dekabrda həll etmək istəyir, gələn ilin yazında isə Rusiya amiranə surətdə Ümumdünya Ticarət Təşkilatına daxil olmalıdır.

E.Qeraşenko

«Взгляд» qəzeti. 28.10.2005

http://lenta.ru/articles/2005/09/06/china/_Printed.htm

Özünə nəzarət üçün testlər

Çoxsaylı seçim

1

Təklif olunan siyahıdan beynəlxalq ticarəti regional səviyyədə tənzimləyən təşkilatları seçin:

- a) AB
- b) YUNKTAD
- c) NAFTA
- ç) EAST
- d) TTBR

2

TTBR və ÜTT – bu:

- a) nisbətən xarici ticarət dövriyyəsinə malik iri firmalardır;
- b) keçən və hazırda keçmək çərçivəsində dövlətlərarası beynəlxalq ticarəti tənzimləyən beynəlxalq təşkilatdır;
- c) beynəlxalq ticarət müəssisələridir.

3

Ümumdünya Ticarət Təşkilatı hesab edilir:

- a) sərbəst ticarət təşkilatıdır;
- b) BMT-nin ixtisaslaşmış müəssisəsidir.

4

Ümumdünya ticarət təşkilatı öz fəaliyyətinə başlamışdır:

- a) 1947
- b) 1990
- c) 1995
- ç) 1991

5

YUNKTAD hesab edilir:

- a) müstəqil ticarət təşkilatıdır;
- b) BMT-nin ixtisaslaşmış müəssisəsidir.

Düzdür / Düz deyil

6

«TTBR ümumi bazara daxil olan Avropa ölkələrini birləşdirən beynəlxalq institutdur» fikri düzdürmü?

a) Düzdür

b) Düz deyil

Açıq sual

7

Tarif və ticarət haqqında baş razılaşma ilə Ümumdünya Ticarət Təşkilatı arasında oxşarlıqları və fərqləri göstərir

8

NAFTA abbreviaturunu açın. Nə vaxt, kim tərəfindən yaradılmış, onun iştirakçıları kimdir?

FƏSİL 8

Tapşırıq

Tapşırıq 1. Cədvəl 1-in məlumatlarına əsasən müxtəlif qrup ölkələrin nümunəsində (inkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan) və ayrı-ayrı dövlətlərin (ABŞ, Yaponiya, Almaniya, İsveçrə, Braziliya, Çin, Rusiya və s.) misalında hesablayın:

- dəyəri dünya mal ixracının və müxtəlif ölkələrin mal ixracının dəyər həcmnin dəyişməsi faizini 2003-cü il üçün hesablayın 1950 və 1990-cı illərlə müqayisə edib müvafiq nəticələr çıxarın;
- 1950-1990 və 2003-cü il üçün ayrı-ayrı qrup ölkələrin və ayrı-ayrı ölkələrin dünya mal ixracında payını hesablayın;
- 1950, 1990 və 2003-cü illərdə ayrı-ayrı ölkələrin ixrac kvotasını hesablayın.

Cədvəl 1

**1950-2003-cü illərdə ayrı-ayrı dünya ölkələrinin
ÜDM və mal ixracının ümumi həcmi
(mlrd. dollar 2001-ci ilin qiymətləri ilə)**

Ölkələr	ÜDM-un ümumi həcmi			Dünya mal ixracı		
	1950	1990	2003	1950	1990	2003
Bütün dünya	6740	33090	48655	315	3560	6495
İnkişaf etmiş ölkələr	3880	18620	25330	180	2315	4175
A B Ş	1750	6950	10475	40,0	410,0	785,0
Yaponiya	200	2900	3360	4,5	370,0	480,0
Almaniya	320	1760	2150	22,5	300,0	595,0
Böyük Britaniya	4350	1200	1525	27,5	165,0	295,0
İsveçrə	65	215	232	7,5	50,0	80,0
Avstriya	40	200	225	1,5	25,0	68,0
İnkişaf etməkdə olan ölkələr	2035	11020	20305	85,5	1013,5	1965,5
Braziliya	125	1000	1400	2,5	40,0	65,0
Venesuela	60	120	160	7,0	25,0	40,0
İ r a n	35	255	445	1,8	17,0	35,0
Səudiyyə Ərəbistanı	10	200	310	2,0	55,0	90,0
Ç i n	270	1900	6000	7,0	85,0	315,0
Qvineya	4,5	11	17	1,5	7,5	13,0
Polşa	85	250	360	4,0	14,0	40,0
Rusiya	370,0	1450,0	1115,0	13,5	60,0	120,0
Ukrayna	100,0	440,0	290,0	3,0	13,0	15,0

Mənbə: Мировая экономика/Под. ред. Б.М.Маклярского. М.: Международные отношения. 2004

Tapşırıq 2. Cədvəl 2-nin məlumatlarına əsasən:

- dünya mal idxalının, müxtəlif ölkələrin mal idxalının və Rusiyanın 1996-2000-ci illərdə 1981-1985-ci illərlə müqayisədə dəyər həcmnin dəyişməsi faizini hesablayın. Müvafiq nəticələrə gəlin;

- müxtəlif ölkə qruplarının və Rusiyanın 1981-1985-ci və 1996-2000-ci illərdə dünya mal idxalında payını hesablayın

Cədvəl 2

**1980-2000-ci illərdə ayrı-ayrı ölkələrin və ölkə qruplarının idxalı
(Beşilliklər üzrə mütləq orta illik göstəricilər, mlrd. dol.)**

Ölkələr, ölkələr qrupu	Bütün idxal	Kənd təsərrüfatı məhsulu	Çıxarma sənayesi məhsulu	Emal sənayesi məhsulu		
				Cəmi	O cümlədən: metallurgiya	O cümlədən maşın və avdamlıq
Bütün dünya						
1981-1985	1865	207	428	1230	107,75	530,5
1996-2000	5645	308	482	4855	269	2222
İnkişaf etmiş ölkələr						
1981-1985	1225	125	315	785	65	340
1996-2000	3665	170	335	3160	160	1520
İnkişaf etməkdə olan ölkələr						
1981-1985	490	69	91	330	32,75	138,5
1996-2000	1695	125	110	1460	93	646,5
Şərqi Avropa						
1981-1985	85	5	20	60	5	30,0
1996-2000	135	8	32	95	8,0	25,5
Keçmiş SSRİ						
1981-1985	65	8	2	55	5,0	22,0
1996-2000	150	5	5	140	8,0	30,0

O cümlədən Rusiya 14,7						
1981-1985	42	4,5	0,2	37,3	-	14,7
1996-2000	110	3,3	0,5	106,2	-	26,5

Mənbə: Мировая экономика/Под. ред. Б.М.Маклярского.

Tapşırıq 3. Cədvəl 3-ün məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1960 və 1990-cı illərlə müqayisədə 2003-cü ildə on aparıcı ölkənin dünya mal idxalının və bir yerdə idxalın dəyər həcmnin dəyişmə faizini, müvafiq nəticələr çıxarın;
- 1960, 1990 və 2003-cü ildə on aparıcı ölkənin inkişaf etmiş ölkələrinin idxalında payını. Onların payındakı dəyişiklikləri əsaslandırın;
- 1960, 1990 və 2003-cü ildə on aparıcı ölkənin dünya idxalında payını və onların payındakı dəyişiklikləri əsaslandırın.

Cədvəl 3

Dünyanın on aparıcı inkişaf etmiş ölkəsinin idxalı (cari qiymətlərlə, fob)

Ölkələr	İdxalın dəyəri, mln. dol.		
	1960	1990	2003
A B Ş	15071	516987	1202000
A F R	10104	346153	493700
Yaponiya	4491	235368	337000
Böyük Britaniya	13034	224412	345300
Fransa	6276	234447	329300
Kanada	5655	123244	269200
İtaliya	4725	181968	243000
Hollandiya	4531	126475	219800
Belçika/Lyuksemburq	3969	120314	197400
İspaniya	722	87554	154700
Cəmi 10 ölkə üzrə	68578	2196922	3791400
İnkişaf etmiş ölkələrin idxalı	89181	2610792	5106000
Dünya idxalı	133739	3602839	6510000

Mənbə: Statistical Yearbook, 1963; International Trade Statistic Yearbook, 1992; Monthly Bulletin of Statistics, 2003.

Tapşırıq 4. Cədvəl 4-ün aşağıdakı məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1960, 1990 və 2003-cü illərdə Qərbi Avropanın on aparıcı ölkəsinin regionun cəmi ixracında payını;
- 1960, 1990 və 2003-cü illərdə Qərbi Avropanın on aparıcı ölkəsinin inkişaf etmiş ölkələrin cəmi ixracında payını;

- 1960,1990 və 2003-cü illərdə Qərbi Avropanın on aparıcı ölkəsinin dünya ixracında payını

Cədvəl 4

Qərbi Avropanın on aparıcı ölkəsinin ixracı

Ölkələr	İxracın dəyəri, mln. dol.		
	1960	1990	2003
A B Ş	126984	3485598	6272000
A F R	51442	1596533	2657000
Yaponiya	86042	2489625	4345000
Böyük Britaniya	11415	410104	588048
Fransa	6862	216591	303892
Kanada	10609	185268	365869
İtaliya	3648	170486	247792
Hollandiya	4028	131775	221408
Belçika/Lyuksemburq	3791	118294	216720
İspaniya	726	55521	115592
İsveç	2565	57540	81137
İsveçrə	1879	63784	87876
Avstriya	1120	41135	78694
Cəmi 10 ölkə üzrə	46643	1450498	2307028

Mənbə: Statistical Yearbook, 1963; International Trade Statistic Yearbook, 1992; Monthly Bulletin of Statistics, 2003.

Təpşiriq 5. Cədvəl 5-in məlumatlarına əsasən 1981-1985 və 1996-2000-ci illərdə müxtəlif ölkələrin və Rusiyanın müxtəlif mal qruplarının idxalında payını hesablayın. Müxtəlif qrup ölkələrin müxtəlif idxalının mal strukturunda 1981-1985-ci illər üzrə müqayisədən nəticə çıxarın.

Cədvəl 5

**1981-2000-ci illərdə ayrı-ayrı ölkələrin və ölkə qruplarının idxalı
(Beşilliklər üzrə mütləq orta illik göstəricilər, mlrd. dol.)**

Ölkələr, ölkələr qrupu	Bütün idxal	Kənd təsərrüfatı məhsulu	Çıxarma sənayesi məhsulu	Emal sənayesi məhsulu		
				Cəmi	O cümlə- dən me- tallurgiya	O cümlədən maşın və avdanlıq
Bütün dünya						
1981-1985	1865	207	428	1230	107,75	530,5
1996-2000	5645	308	482	4855	269	2222
İnkişaf etmiş ölkələr						
1981-1985	1225	125	315	785	65	340
1996-2000	3665	170	335	3160	160	1520
İnkişaf etməkdə olan ölkələr						
1981-1985	490	69	91	330	32,75	138,5
1996-2000	1695	125	110	1460	93	646,5
Şərqi Avropa						
1981-1985	85	5	20	60	5	30,0
1996-2000	135	8	32	95	8,0	25,5
Keçmiş SSRİ						
1981-1985	65	8	2	55	5,0	22,0
1996-2000	150	5	5	140	8,0	30,0
O cümlədən Rusiya14,7						
1981-1985	42	4,5	0,2	37,3	-	14,7
1996-2000	110	3,3	0,5	106,2	-	26,5

Mənbə:Мировая экономика/Под. ред. Б.М.Маклярского.

Tapşırıq 6. Cədvəl 6-nın məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1960 və 1992-ci illərdə müqayisədə Qərbi Avropanın 2003-cü ildə mal ixracı həcmnin dəyər həcmnin faiz dəyişməsi. Müvafiq nəticələr çıxarın;
- 1960, 1992 və 2003-cü illərdə Qərbi Avropa ölkələrinin mal ixracında mal qruplarının payı. Onların dəyişməsi səbəbləri və xarakteri haqqında nəticə çıxarın.

Cədvəl 6**Qərbi Avropanın ixracının mal strukturu (cari qiymətlərlə, fob)**

Mal qrupu	İxracın dəyəri, mln. dol.		
	1960	1992	2003
Cəmi	51210	1578028	2657000
Ərzaq, xammal, yanacaq	12690	264334	432000
Ərzaq	6020	141604	210000
Xammal	4380	53536	39000
Yanacaq	2290	69194	124000
Hazır məmulatlar və yarımfabrikatlar	37820	1289199	2144000
Kimyəvi məhsullar	4310	188301	399000
Maşın və avadanlıqlar	15360	592244	1079000
Digər hazır məhsullar	18150	508654	666000
Digər mallar	700	34495	81000

Mənbə: Statistical Yearbook, 1963; International Trade Statistic Yearbook, 1992; Monthly Bulletin of Statistics, 2003.

Tapşırıq 7. Cədvəl 7-nin məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1981-1985-ci illərlə müqayisədə inkişaf etməkdə olan ölkələrin 1996-2000-ci illərdə mal ixracının dəyər həcminin dəyişmə faizini: müvafiq nəticə çıxarın;
- 1981-1985, 1991-1995, 1996-2000-ci illərdə inkişaf etməkdə olan ölkələrin mal ixracında mal qruplarının payını. Onların dəyişməsinin səbəbləri və xarakteri haqqında nəticə çıxarın.

Cədvəl 7**İnkişaf etməkdə olan ölkələrin ixracının mal strukturu (beşillik üzrə orta illik göstəricilər)**

Mal qrupu	İxracın dəyəri, mln. dol		
	1981-1985	1991-1995	1996-2000
Cəmi	490	1060	1590
Kənd təsərrüfatı məhsulu	35,0	650	77,5
Həsilat sənayesi məhsulu	240,0	210,0	250,0
Emal sənayesi məhsulu	215,0	785,0	1262,5
Kimyəvi məhsullar	12,0	51,5	80,0
Maşın və avadanlıqlar	40,0	275,0	495,0

Mənbə: Мировая экономика/Под. ред. Б.М.Маклярского.

Tapşırıq 8. Cədvəl 8-in məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1960 və 1992-ci ilə nisbətən keçid iqtisadiyyatına malik dövlətlərin 2003-cü ildə mal ixracının dəyər həcmi. Müvafiq nəticə çıxarın;
- 1960, 1992 və 2003-cü illərdə keçid iqtisadiyyatına malik dövlətlərdə mal ixracında müxtəlif qrup malların payını. Onların dəyişməsi haqqında nəticə çıxarın.

Qərbi Avropanın inkişaf etmiş ölkələrinin, inkişaf etməkdə olan ölkələrin və keçid iqtisadiyyatına malik dövlətlərin mal strukturunu müqayisə edir. Aşkar olunmuş fərqləri əsaslandırın.

Cədvəl 8

Keçid iqtisadiyyatlı ölkələrin ixracının mal strukturu

Mal qrupu	İxracın dəyəri, mln. dol.		
	1960	1992	2003
Cəmi	12970	182226	278228
Ərzaq, xammal, yanacaq	5220	83136	98800
Ərzaq	1840	9296	14900
Xammal	1760	14299	19400
Yanacaq	1620	59541	64500
Hazır məmulatlar və yarımfabrikatlar	7630	93047	179400
Kimyəvi məhsullar	620	14283	22000
Maşın və avadanlıqlar	3730	35732	65000
Digər hazır məhsullar	3280	43032	9240
Digər mallar	120	6043	28000

Mənbə: Statistical Yearbook, 1963, 1964, 1982; International Trade Statistic Yearbook, 84, 1998, 2000. Monthly Bulletin of Statistics, 2001, 2002, 2003.

Özünü yoxlamaq üçün testlər

Külli seçim

1

Dünya ticarətinin inkişaf sürəti:

- a) həmişə dünya məcmu ictimai məhsulun artım sürətini qabaqlayır;
- b) həmişə dünya məcmu ictimai məhsulun artım sürətindən geri qalır;
- c) XX əsrin ikinci yarısında dünya məcmu ictimai məhsulun artım sürətini qabaqlamışdır;
- ç) bir qayda olaraq, dünya məcmu ictimai məhsulun artım sürətindən geri qalır;
- d) həmçinin, dünya məcmu ictimai məhsulda olduğu kimi.

2

Düzgün təsdiqlənməni seçin:

- a) son 30 ildə beynəlxalq ticarət sürətlə inkişaf edir, lakin dünya daxili məhsul istehsalına nisbətən zəif artmışdır;
- b) son 30 ildə beynəlxalq ticarətdə inkişaf etməkdə olan ölkələrin payı artmışdır;
- c) dünya ticarətinin mal quruluşunda xammal və kənd təsərrüfatı malları üstünlük təşkil edir.

3

Beynəlxalq ticarətin mallarla müasir həcmi təşkil edir:

- a) 3 trln.dollar
- b) 15 trln.dollar
- c) 25 trln-dollardan çox
- ç) 7 trln-dollardan çox

4

Dünya mal dövriyyəsi ölçülür:

- a) dünyanın bütün ölkələrinin ixrac həcmi ümumi məbləği;
- b) dünyanın bütün ölkələrinin idxal həcmi ümumi məbləği;
- c) dünyanın bütün ölkələrinin ixrac və idxalının ümumi məbləği;

5

İnkişaf etmiş ölkələrin mallarının dünya ixracında xüsusi çəkisinin göstəriciləri intervalda yerləşir:

- a)40-50 %
- b)50-60 %
- c)60-70 %
- ç)70-80 %

6

İxracın həcmi üzrə rəhbər (baş) yeri tutur:

- a)Qərbi Avropa
- b)Mərkəzi və Şərqi Avropa
- c)Cənub-Şərqi Asiya
- ç)Yaxın və Orta Şərq
- d)Latin Amerikası
- e)Avstraliya və Okeaniya ölkələri

7

Xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi üzrə dünya lideri ölkəsinə aid edilir:

- a)Çin, Rusiya, Meksika
- b)ABŞ, Almaniya, Yaponiya
- c)Hindistan, Braziliya, Kanada
- ç)Fransa, İtaliya, Avstraliya

8

Beynəlxalq ticarətə istiqamətlənmiş iri mal dövriyyəsi üzrə siyahıda olan səhvləri göstərin:

- a)ABŞ-Qərbi Avropa
- b)Qərbi Avropa-Yaponiya
- c)Yaponiya-ABŞ
- ç)Şərqi Avropa-Afrika

9

Aşağıdakı xarakteristikanın düzgünlüyü üçün: «xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi üzrə nəhəng, xarici ticarət balansında daimi olaraq nəhəng mənfi saldoğa malik olan, dünya bazarına yalnız yüksək texnoloji hazır məhsullar, həmçinin daş kömürü, buğda, quş əti və s. təqdim edən» göstərilən ölkənin satışını seçin:

- a)Yaponiya
- b)Çin

- c) Rusiya
- ç) ABŞ

10

Dünya ölkəsi ixrac mal strukturunu müəyyən edən faktorlar siyahısında səhvləri tapın:

- a) təbiət şərtləri və resursları;
- b) əmək resursları və onların keyfiyyətilə, miqdarca təminatı;
- c) sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi;
- ç) əhəlinin etnik və din tərkibi.

11

Dünya ticarətinin mal strukturunda ticarətin həcmi nisbətən dinamik artır:

- a) xamalla;
- b) ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalı ilə;
- c) emal sənayesinin məhsulları ilə.

Açıq sual

12

Hansı ölkə üçün – inkişaf etmiş və ya inkişaf etməkdə olan beynəlxalq ticarətdə inkişaf etmək xüsusi əhəmiyyət kəsb edir? Siz təsdiqinizi əsaslandırın.

13

İnkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan və postsosialist yönümlü ölkələrin xarici ticarəti necə inkişaf edir?

14

Müasir mərhələdə beynəlxalq ticarətin hansı meyillər xasdır?

15

XX əsrin ikinci yarısında beynəlxalq ticarətin coğrafiyası və quruluşu necə dəyişmişdir?

FƏSİL 9

Müzakirə üçün vəziyyət

Təpşiriq 1. Aşağıdakı vəziyyəti müzakirə edin. Toxuculuq sənayesi Çinin, Aİ ölkələrinin, ABŞ-ın iqtisadiyyatında hansı vəziyyəti tutur? Bu məhsulun bazarının nizama salınması tarixçəsi necədir? Bu vəziyyətdə ticarət siyasətinin hansı üsul və alətləri haqqında söhbət gedir? Aİ və ABŞ üçün Çin toxuculuq mallarına rüsumların ləğvi necə təsir göstərmişdir? Siz ÇXR siyasətini bu vəziyyətdə dəstəkləyirsinizmi?

Problem üzrə fikrinizi bildirin. ABŞ hökumətinə və Aİ ölkələrinə hansı hərəkətləri qəbul etmək lazımdır?

Toxuculuq müharibəsində barışıq

Bu hadisə ÜTT 1 yanvar 2005-ci il tarixdən toxuculuq kvotalarını ləğv etdiyi tarixdən başlamışdır, bu kvotalar 30 il müddətində Çin paltarının AB və ABŞ-a ekspansiyasının qarşısını alırdı. Ekspertlər nəzərdə tuturdular ki, kvotalar ləğv edildikdən sonra Çin toxuculuq mallarının payı xarici bazarlarda təqribən üç dəfə artacaqdır. Lakin nə yunanın revalvasiyası nə də ki, yalnız 2005-ci ilin iyun ayında toxuculuq mallarına tətbiq edilmiş rüsumlar kömək etmədilər – Çin toxuculuq mallarının AB-nə və Avropa bazarlarına ixracı yüz, hətta, min faiz artmışdır.

Məhz toxuculuq mallarının ixracı nəticəsində Çinin ticarət balansının prifisitinin inkişafı həmin il 5 dəfə artmışdır, 2005-ci ilin iyununda onun artımı təxminən 10 mlrd. dollar təşkil etmişdir. Bu cür artım sürətində Çinin ticarət balansının profisitliyi 2005-ci ilin sonuna iki dəfə arta bilərdi (bu rəqəm 70 mlrd. dollar ola bilərdi) və artıq 2006-cı ildə Amerika və Avropa istehsalçılarını bazardan çıxara bilərdi.

Lakin bu hadisə baş vermədi – vəziyyəti qiymətləndirərək ABŞ, sonra isə AB ÜTT-dan yan keçərək Çin toxuculuq mallarının idxalına kvota qoydu. ABŞ və AB yenidən kvotalar qoya bilərdi və bunu ÜTT-nin hüquqi normalarını pozmaqdan qorxmayaraq edə bilərdi: Çinin ÜTT-yə qəbulu zamanı Çin malları üçün qabaqlayıcı rüsumların qoyulması xüsusi olaraq şərtlənmişdir, yeri gəlmişkən

AB ümumiyyətlə Çini bazar iqtisadiyyatına malik ölkə kimi qiymətləndirmirdi. ABŞ Çini ittiham edirdi ki, Amerika toxuculuq sahəsi Çin təchizatlarına görə 16 min işçi yeri itirilmişdir, analoji ittihamları Avropa Birliyi də verirdi.

Lakin Avropa idxalçı şirkətləri hiyləgərliklə hərəkət etdilər: müqavilənin imzalanması və onun qüvvəyə minməsi arasında olan fasilədən istifadə edərək, onlar nəinki 4 mlrd. dollarlıq Çin paltarı sifariş etmiş, həmçinin bu təchizatı əvvəlcədən ödəmişdir. Bunun üçün həmin məsələ üzrə Çin ilə danışıqlar ilk növbədə uzun müddətli və çətin, ikincisi isə razılıq ən yüksək səviyyədə həll edilmişdir, hələ bundan sonra da Avropa Birliyinin funksionerləri Pekinə gəlmişlər.

Fikirləşmək olardı ki, Avropa Birliyi qalib gəldi, lakin bu qələbə pis qələbəsi ola bilər. Birincisi, qəbul olunmuş qərar Avropa Birliyinin üzv dövlətlərinin arasında parçalanmaya səbəb ola bilər: toxuculuq malları istehsal edən dövlətlər Fransa, İtaliya, Portuqaliya və İspaniya ucuz Çin mallarının gətirilməsində maraqlı olan Böyük Britaniyanın, Almanianın və İsveçin rəqibi olacaqdır. Ən vacibi isə budur ki, bir çox ekspertlər deyirlər ki, Çin öz mallarını Avropa bazarlarına üçüncü ölkələrin vasitəsi ilə ixrac etmək yolu ilə kvotadan kənar təchiz edəcək. Yeri gəlmişkən, Çinin ən yaxın ticarət tərəfdaşları arasında Rusiyanın da adı çəkilir.

Bununla belə, razılaşmada əldə edilənlər Çinin obyektiv və səmərəli mövqedən danışıqları kvotadan artıq toxuculuq malları gələn ilin kvotasına aid ediləcək, yarısı isə, sadəcə olaraq, gömrükdən azad ediləcək. Toxuculuq mallarının gömrük anbarlarında saxlanma xərclərini tərəflər bərabər olaraq bölüşdürməyə razılaşıdılar. Başqa sözlə, Çinin tez inkişaf edən istehsal iqtisadiyyatı üçün əsas məsələ öz məhsulları ilə – toxuculuq malları, oyuncaqlar, elektronika və s. satış bazarlarını təchiz etməkdir». Bununla da, həm Avropa Birliyi, həm də ABŞ üçün Çin güzəştə gedəcəkdir. Onun strateji məsələsi dünya ölkələrinin daxili bazarlarında inanılmış mövqeni tutumaq, sonra isə öz oyun şəraitini dikdə etmək olar. Hələ ki, Çin bunu edə bilmir, çünki ciddi qadağalar, «ticarət müharibəsi» Çin iqtisadiyyatı üçün avtomatik olaraq ikiqat problemlər yarada bilər.

Beləliklə, qısa və ortamüddətli perspektiv haqqında danışıqda Çin ABŞ-a və Avropa Birliyi istehsalçılarına eyni vaxtda öz məh-

sulunun keyfiyyətini yüksəltmək və paralel olaraq ucuz və peşəkar işçi qüvvəsi hesabına milli iqtisadiyyatı özünə qaytarmaqla bir neçə güzəştə getməlidir. Əlbəttə ki, Çinin «dünya fabrikinə» çevrilməsi heç də hamıda ruh yüksəkliyi yaratmır, lakin çətin ki, bu günləri həmin prosesə mane ola biləcək şərtlər olsun. Əgər, nəzərə alsaq ki, Çində artıq transmilli korporasiyalar fəaliyyət göstərməyə başlayır və onlar birmənalı olaraq öz mallarını hər hansı bir siyasi mara-qdan üstün tutur, onda bu prosesə mane olan bir qüvvə tapılmaz.

P.Ryabikov

Lenta.ru.: Комментарии

<http://lenta.ru/articles/2005/09/06/china/-Printed.htm>

Tapşırıqlar

Tapşırıq 1. Cədvəl 9-un məlumatlarına əsasən hesablayın:

- müxtəlif ölkələrin 2003-cü ildə xam neftin dünya ixracı və idxalındakı payını, xam neftlə əsas ixracatçılar və idxalatçılar haqqında nəticə çıxarın;
- müxtəlif ölkələrin 2003-cü ildə xam neft məhsullarının dünya ixracatçılarının və idxalatçılarının payını. Əsas neft məhsulları ixracatçıları və idxalatçıları haqqında nəticə çıxarın.

Müxtəlif ölkələrin xam neftin və neft məhsullarının dünya ixracında payını müqayisə edir. Ölkənin inkişaf səviyyəsinin ixrac olunan məhsulların yenidən işlənməsinə təsiri haqqında nəticə çıxarın.

Cədvəl 9

2003-cü ildə neftlə beynəlxalq ticarət, mln. ton

Regionlar, ölkələr	İdxal		İxrac	
	Xam neft	Neft məhsulları	Xam neft	Neft məhsulları
ABŞ	480,3	124,8	1,1	43,0
Kanada	45,1	10,8	77,2	26,1
Meksika	-	9,5	99,7	5,4
Cənub və Orta Amerika	37,7	17,3	96,1	48,4
Avropa	488,5	104,4	52,2	48,7
Keçmiş SSRİ	-	5,3	229,9	66,3
Yaxın Şərq	10,5	6,4	831,8	107,1
Şimali Afrika	8,5	6,5	99,6	34,2

Qərbi Afrika	2,7	8,5	175,6	4,1
Şərqi və Cənubi Afrika	25,0	5,4	10,3	0,6
Avstraliya və Okeaniya	24,2	7,8	12,9	4,7
Çin	91,1	37,2	7,8	12,8
Yaponiya	213,2	49,4	-	3,8
Başqa ATR ölkələri	343,2	97,2	50,8	58,5
Digər	-	-	25,0	26,8
Bütün dünya	1770,0	490,5	1770	490,0

Təpşiriq 2. Cədvəl 10-un məlumatlarına əsasən müxtəlif ölkələrin 2003-cü ildə aqrar məhsulunun dünya ixracında və idxalında payını hesablayın. Aqrar məhsulların əsas ixracatçıları və idxalatçıları haqqında nəticə çıxarın.

Cədvəl 10

2003-cü ildə beynəlxalq aqrar ticarət, mln. doll.

Ölkələr, ölkələr qrupu	İxrac/idxal qiyməti
İxracçılar	
AI-15	284,14
Həmçinin AI-15 xarici eksport	73,38
ABŞ	76,24
Kanada	33,69
Braziliya	24,21
Çin	22,16
Avstraliya	16,34
Rusiya Federasiyası	9,37
Ölkələr, ölkələr qrupu	İxrac/idxal qiyməti
İxracçılar	
AI-15	308,87
Həmçinin AI-15 xarici eksport	98,11
ABŞ	77,27
Yaponiya	58,46
Çin	30,48
Kanada	18,02
Koreya Respublikası	15,56
Meksika	13,85
Rusiya Federasiyası	13,73

Mənbə: www.wto.org/statistics

Tapşırıq 3. Cədvəl 11-ə əsasən hesablayın:

- 2000-2003-cü illər ərzində qara metallurgiyanın məhsulunun dünya ixracının inkişaf sürətini;
- 2000 və 2003-cü illərdə müxtəlif ölkələrin (Yaponiyanın, Almaniyanın, Koreyanın, Rusiyanın və s.) qara metallurgiyanın məhsulunun ixracında payını. Bu ölkələrin qara metallurgiya məhsulunun ixracında payının aşağı düşməsinə əsaslandırın.

Cədvəl 11

**Beynəlxalq bazara iri qara metallurgiya məhsullarını
tədarük edən ixrac ölkələr mln.dollar**

Ölkələr	2000 il	2001 il	2002 il	2003 il
Yaponiya	12959,08	11144,86	13165,76	15762,13
Almaniya	11526,80	11016,49	11288,01	14413,58
Fransa	8415,50	7593,88	8174,96	10192,09
Rusiya	6276,38	5494,3	6415,97	8375,32
Belçika	8122,8	7374,35	7655,32	9957,05
İtaliya	4552,73	4248,37	4264,16	5446,52
Koreya	5954,69	5101,58	5068,14	7136,02
Braziliya	3443,55	2846,61	3459,74	4701,82
Böyük Britaniya	3884,11	3593,71	3828,53	5236,77
Türkiyə	1603,99	2069,93	2223,24	2969,01
Beynəlxalq ixrac	119452,76	1111988,08	121726,84	148399,00

Mənbə: UN Commodity Trade Statistics Database

Tapşırıq 4. Cədvəl 12-yə əsasən müxtəlif ölkələrin 2003-cü ildə sənaye mallarının dünya ixracında və idxalında payını hesablayın. Sənaye mallarının əsas ixracatçıları və idxalatçıları barədə nəticə çıxarın.

Cədvəl 12**2003-cü ildə sənaye məhsullarının beynəlxalq ticarəti, mlrd. doll.**

Ölkələr	İxracın məbləği	Ölkələr	İdxalın məbləği
Aİ-15	2358,4	Aİ-15	2183,1
ABŞ	586,7	ABŞ	990,0
Yaponiya	438,7	Yaponiya	328,6
Çin	397,0	Çin	218,5
Honkonq (Çin) həmçinin daxili ixrac reixracat	215,5 14,6 200,9	Honkond (Çin)	212,2
Koreya Respublikası	177,1	Kanada	195,7
Kanada	164,8	Meksika	147,0
Sinqapur	120,9	Taybe (Çin)	95,7
Həmçinin daxili ixracat	65,7 55,2		
İsveçrə	92,5	İsveçrə	79,8
Malayziya	77,3	Avstraliya	69,1
Tailand	60,1	Malayziya	68,0
Çexiya	43,8	Tailand Rusiya	57,0
Polşa	43,4	Rusiya	56,9
Cəmi 15 ölkə üzrə	48,51,0	Cəmi 15 ölkə üzrə	4714,5
Bütün dünya	54,36		

Mənbə: www.wto.org/statistics, 2004

Özünə nəzarət üçün testlər

Külli seçim

1

Xammal və yanacaq-enerji mallarının xüsusi çəkisinin göstəricisi dünya ixracındakı payı aşağıdakı intervaldadır:

- a)10-15 %
- b)20-25 %
- c)35-40 %
- ç)40-45 %

2

Neftə dünya qiymətləri aşağıdakılardır:

- a)neftin satışı üzrə konkret sazişlərin qiymətləri
- b)OPEK-ə üzv-dövlətlərinin rəsmi satış qiymətləri
- c)neftə dövlətlər arasında regional sazişlərin nəticəsində qoyulan qiymətlər
- ç)neft üzrə beynəlxalq sazişlərin orta qiymətləri

3

Dünya bazarında məhsuluna, dağ-mədən sənayesinə və aqrar sektoruna görə tanınmış ölkələrin siyahısı olan şərti seçin:

- a)ABŞ, Rusiya, Daniya
- b)Avstraliya, Kanada, CAR
- c)Yaponiya, Almaniya, Qazaxıstan
- ç)Fransa, İsveç, İsrail

Açıq sual

4

Kimya sənayesinin məhsulunun dünya ixracı 300 mlrd. dollardır, Almaniya kimya mallarının ixracı – 50 mlrd. dollardır, ABŞ-dan – 60 mlrd. dollardır, Polşadan – 10 mlrd. dollardır. Hansı ölkə bu sahədə ən böyük beynəlxalq ixtisaslaşmaya malikdir?

FƏSİL 10

Tapşırıqlar

Tapşırıq 1. Cədvəl 13-ə əsasən müxtəlif ölkələrin 1980 və 2000-ci illərdə xidmət ixracındakı payını hesablayın. 1980-ci ilə nisbətən 2000-ci ildə xidmətlərin dünya ixracının neçə dəfə artmasını hesablayın.

Cədvəl 13

1980-2000-ci illərdə xidmətlər ixracı üzrə aparıcı ölkələri

Ölkələr	1980-cı ildə xidmətlərin ixracı, mln. doll.	2000-ci ildə xidmətlərin ixracı, mln. doll.
ABŞ	38,1	274,6
Böyük Britaniya	34,3	99,9
Fransa	42,2	81,2
Almaniya	25,8	80,0
İtaliya	18,8	56,7
Yaponiya	18,8	68,3
Hollandiya	16,7	52,3
İspaniya	11,5	53,0
Avstriya	8,6	30,0
Kanada	7,1	37,2
İsveçrə	6,9	26,4
ÇXR	...	30,1
Koreya Respublikası	2,4	29,2
Türkiyə	0,6	19,2
Sinqapur	4,8	26,6
İsveçrə	7,4	20,1
Danimarka	4,7	20,6
Bütün dünya	363,5	1435

Mənbə: Седов К.Б. Международная торговля услугами в конце 20 в// БИКИ 2000. №130-131; www.wto.org/english/res e/statistics e.htm.

Tapşırıq 2. Cədvəl 14-ün məlumatlarına əsasən müxtəlif ölkələrin və regionların dünya ixracında və idxalında payını hesablayın. Liderləri seçin.

2003-cü ildə kommersiya xidmətləri ilə beynəlxalq ticarət

Ölkələr, regionlar	Dəyəri	Ölkələr, regionlar	Dəyəri
Xidmətlərin ixracı		Xidmətlərin ixracı	
Bütün dünya	1440	Bütün dünya	1430
Şimali Amerika	298	Şimali Amerika	227
ABŞ	263	ABŞ	188
Latin Amerikası	58	Latin Amerikası	72
Meksika	13	Braziliya	16
Qərbi Avropa	670	Meksika	17
AB-15	604	Qərbi Avropa	631
Böyük Britaniya	108	AB-15	589
Fransa	79	Böyük Britaniya	89
Almaniya	80	Fransa	60
İtaliya	60	Almaniya	129
Asiya	298	İtaliya	59
Yaponiya	63	Asiya	351
Honkonq	43	Yaponiya	107
Ç i n	31	Honkonq	23
Koreya Respublikası	28	Ç i n	36
Sinqapur	26	Koreya Respublikası	33
Avstraliya	16	Sinqapur	20
Rusiya	10	Tayvan	24
		Rusiya	17

Mənbə: BTO: Ежегодный доклад. Статистика. Женева, 2004.

FƏSİL 11

Müzakirə üçün vəziyyət

Tapşırıq 1. Rusiyanın iqtisadi azadlıq indeksinin göstəricilərinə görə aşağı reytinginin səbəblərini müzakirə edin. Yaranmış vəziyyət Rusiyanın xarici ticarətinə, Rusiyanın dünya xarici iqtisadi əlaqələrində yerinə necə təsir edir?

Sato İnstitute tədqiqat mərkəzi dünyada «İqtisadi azadlığın İndeksi» ni açıqlamışdır. «İqtisadi azadlıq» anlayışı dörd fərziyyəyə əsaslanır: «Şəxsi seçim kollektiv seçimdən üstündür», «mübadilə (mallarla, xidmətlər) könüllü bazar əsasları ilə həyata keçirilir, bu zaman siyasi və inzibati vasitələr minimal olaraq cəlb olunur», «bazar azad giriş və təmiz rəqabət», «şəxsiyyətin və şəxsi əmlakın qəsdən qorunması». Güman edilir ki, dövlətdə iqtisadiyyat azadlığının səviyyəsi nə qədər yüksəkdirsə, cəmiyyətin iqtisadiyyatı və rifahı o qədər yüksək inkişaf edir. 1985-ci ildən bəri, yəni bu reytingin ilk dəfə dərc edildiyindən, iqtisadi azadlığın səviyyəsi 5,2 bəndindən 6,4 qədər qalxmışdır (10 ballıq cədvəl üzrə). Bu dəfəki reytingdə ilk üç yeri Honkonq (8,7 ball), Sinqapur (8,5), Yeni Zelandiya, İsveçrə və ABŞ (8,2). İlk onluğa həmçinin Böyük Britaniya, Kanada, İrlandiya, Avstraliya, Estoniya (7,8), Lyuksemburq və Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri tutur. Latviya və Litva 44-cü yerdədir (6,8), Gürcüstan 66-cı (6,4), Ukrayna 103-cü (5,5), Rusiya 115-ci (5,1). Digər keçmiş SSRİ ölkələri reyting tərtibatçıları tərəfindən nəzərə alınmayıb. Müqayisə üçün qeyd edək ki: Yaponiya – 30-cu yerdə (7,2), Fransa 38-ci (6,9), İsrail 50-ci (6,7), Çin 87-ci (6,0). Sonuncu 127-ci yeri reytingdə Myanma (Birma) tutmuşdur – 3,8 bal.

Tapşırıq 2. Aşağıda baxılmış materialdakı vəziyyəti müzakirə edin. Milli istehsalın müdafiəsi zamanı xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsində hansı üsul və alətlərdən istifadə olunur? İdxal məhdudiyyətlərindən kim udur, kim udur? Sizcə, Rusiyaya xarici avtomobillərin gətirilməsinə məhdudiyyətləri sərtləşdirmək lazımdır? Mümkün tədbirlərin müsbət və mənfi nəticələri hansılardır?

Köhnəlmiş xarici maşınlara yazıqları gəldi

Rusiya avtonəqliyyatının inkişafı üzrə RF hökumətinin əvvəlki verilən məlumatlar elan edilmiş müşavirəsinin nəticələri haqqında növbəti deklarasiyalar olmuşdur.

Dünən, 19 may, RF hökumətinin Rusiyada avtomobil sahəsinin inkişafına həsr olunmuş iclası keçirildi. Bu tədbirin mübahisəsi ondan ibarət idi ki, bu müşavirəyə hazırlıq hələ keçən il başlamışdır, avtomobillərin yerli istehsalçıları bu müşavirədən çox şey gözləyirdi. Ölkəyə ən azı, əsasən də, köhnəlmiş xarici yüngül və yük maşınlarının gətirilməsi haqqında prinsipial sərt qərarın qəbul olunmasını gözləyirdi. Lakin onların ümidləri doğrulmadı. Hökumətin müşavirəsində bir sıra tədbirlər qəbul olunmuşdur, onlardan bəziləri 2005-ci ildən 2008-ə qədər milli avtozavodların dəstəklənməsinə istiqamətlənmişdir, bundan savayı heç nə. Sənaye və enerji naziri Viktor Xristenko xarici avtomobillərin Rusiyaya gətirilməsi haqqında ciddi tədbirlərin konkret müddətləri və parametrləri haqqında şərh verməmişdir, bildirmişdir ki, hər hansı bir müəyyənlik bu məsələdə planda nəzərdə tutulan tədbirlər həyata keçirilən zaman tədricən yaranacaqdır.

Viktor Xristenkonun hökumətin iclasındakı çıxışı az qala oyunbazlıq – təlxəklik olacaqdır. Sağ sükanlı xarici maşınların qadağan edilməsi haqqında məsələyə toxunaraq o demişdir: «Şəxsən mənə, burada nə sağ, nə də sol sükan və ya onun olmaması – ola bilər ki, tez bir zamanda sükan əvəzinə costik peyda olsun – maraqlandırmır, mənə Rusiya bazarında dövriyyəyə buraxılan mallara eyni tələblər maraqlandırır». Nəticədə müşavirənin yekunlarına əsasən «Rusiya avtomobil sənayesinin inkişafı konsepsiyası» ilə nəzərdə tutulmuş əsas məsələlərin orta müddəti perspektivdə (2005-2008) reallaşması planı qəbul olunmuşdur. Ona rəqabət şəraitinin yaxşılaşdırılması, avtomobilqayırmaya, investisiyaların stimullaşdırılması, avtomobil sənayesində texnologiyaların transferinə imkan yaradan tədbirlərin işlənməsi, ekologiya və təhlükəsizlik üzrə beynəlxalq tələblərə müvafiq olan avtomobil texnikası parkının yeniləşməsi, yeni nəsil hərbi avtomobil texnikasının buraxılması hesabına dövlətin mübadilə qabiliyyətinin artması daxil olmuşdur.

Daha bir vacib məsələ – sahəyə dövlətin iqtisadi yardımı. Onu Rusiya avtoistehsalçıları üçün əsas adlandırmaq olar. İş ondadır ki,

bu gün Rusiyaya yalnız 7 ildən çox istehsal edilən yüngül avtomaşınların idxalı məhdudlaşdırılıb, Rusiya avto istehsalçıları bu rəqəmin 5 ilə düşməsinə istəyirlər. Bundan əlavə Rusiyada hələ də vaxtı idxalı qaydaları mövcuddur, bu müəyyən sayda yük avtomaşınlarını xaricdən ümumiyyətlə hər hansı bir rüsum və ya vergisiz gətirməyə icazə verir.

Lakin qəbul olunmuş hökumət planında Rusiya avtoistehsalçısının dəstəklənməsi çox aşarlı göstərilib. Əsasən, bu, avtomobil sahəsi üçün kadrların hazırlanmasına və «avtomobil qayıрма məhsulunun ixracının dövlət dəstəklənməsi tədbirlərinin işlənməsinə» yönəlib.

Müəviri bitdikdən sonra hökumətin qərarını «açıqlayaraq» Viktor Xristenko jurnalistləri əmin etdi ki, işlənmiş xarici maşınların idxalının nizamlanması məsələsi aktiv müzakirə olunur. Son vaxtlar idxal rüsumları mövzusu mifflərlə dolmuşdur. Belə bir şeyə gəzir ki, nə isə qəbul olunub və bir qorxulu şey baş veribdir. Lakin bu belə deyil. Bu il «Rusiyada avtomobil sənayesinin 2005-2008-ci illər arasında inkişafı konsepsiyası»nın reallaşmasının ikinci mərhələsi başlanmışdır, məhz, o, avtomobillərin idxalı ilə bağlı tədbirlərin seçimini nəzərdə tutur. 2005-ci ilin üçüncü və dördüncü rübündə bu məsələ müzakirə olunacaqdır, buna qədər isə sahə nümayəndələri ilə məsləhətlər davam etdiriləcəkdir, bu haqda jurnalistlərə Viktor Xristenko demişdir. Yarım saatlıq mətbuat müşavirəsi ərzində o üç dəfə xarici maşınların Rusiyaya idxalına məhdudiyyətin qoyulması imkanları haqqında sualı şərh etməkdən böyun qaçmışdır.

Viktor Xristenkonun dəqiq dediyi bir şey o olmuşdur ki, hökumət 5 ildən sonra sadalanmış tədbirlərin hesabına nəyə nail olmaq istəyir. «2010-cu ilə Rusiyada indi istehsal olunandan iki dəfə çox maşın istehsal olunacaqdır. Bu zaman xarici yüngül avtomobillərin – həm yeni, həm də köhnəlmiş idxalı 450-500 min səviyyəsində qalacaqdır. 2004-cü ildə Rusiyada 1,6 mln. avtomobil satılmışdır, onlardan 1 mln. yerli avtomobillərdir. Hökumətin iclasında biz bildirdik ki, yerli markalı bu avtomobillərin istehsal həcmi qorunacaqdır» - deyərək nazir bəyan etmişdir.

Daha dəqiqi RF hökumətinin iclası, nə də Viktor Xristenkonun çıxışı Rusiya avtoistehsalçılarını ruhlandırmadı. «Müşavirənin nəticəsi o oldu ki, yaxın gələcəkdə «Rusiya avtomobil sənayesinin inkişaf etdirilməsi konsepsiyası»nın reallaşması üzrə tədbirlərin

hazırlanması haqqında qərarlar qəbul olunmuşdur. Bu, o deməkdir ki, Rusiya avtomobil sənayesi necə inkişaf etməliyi sualı üzərində iş hələ də davam edir. Hökumətin müşavirəsinin nəticəsini uğurlu adlandırmaq olarmı? Hər şey ondan asılıdır ki, yekunda hansı qərar, o cümlədən də, işlənmiş xarici maşınlar üçün rüsumların qoyulması məsələsi həll olunacaqdır.

A. Serdeçnov

RVC daily: Rınkı. 2005.20.05.

<http://www.rbcdaily.ru/cgi-bino/oranews/get-news.cgi?tmpl>

Tapşırıqlar

Tapşırıq 1. Cədvəl 15-in məlumatlarına əsasən hesablayın:

- Rusiyanın mal dövriyyəsinin 2004-cü ildə 1994-cü illə müqayisədə dəyişmə faizini. Müvafiq nəticə çıxarın;
- 1994 və 2003-cü illərdə Rusiyanın mal ixracında uzaq xarici ölkələrin və MDB ölkələrinin payını
- 1994 və 2003-cü illərdə Rusiyanın mal idxalında uzaq xarici ölkələrin və MDB ölkələrinin payını
- 1994-cü ildən 2004-cü ilə qədər olan müddətdə Rusiyanın uzaq xarici ölkələr və MDB ölkələri ilə ticarət balansının saldosunun dəyişməsinə təhlil cləyin.

Cədvəl 15

1994-2000-ci illərdə Rusiyanın xarici ticarəti, mlrd. doll

	1994 il	1996 il	1998 il	2000 il	2001 il	2002 il	2003 il	2004 il
Cəmi ixrac	66,9	86,9	74,9	105,6	101,6	106,9	133,7	181,5
Həmçinin uzaq xarici ölkələrə	53,0	70,9	59,1	91,3	86,4	90,7	113,2	152,1
MDB ölkələrinə	13,9	15,9	15,8	14,2	15,2	16,2	20,5	29,4
Cəmi idxal	38,7	47,3	58,0	44,9	53,8	60,5	57,4	75,6
Həmçinin uzaq xarici ölkələrin- dən	28,3	32,8	43,7	31,4	40,7	48,2	43,8	57,9
MDB ölkələrin- dən	10,3	14,5	14,3	13,4	13,0	12,3	13,6	17,7
Cəmi ticarət ba- lansının saldosu	+28,2	+39,6	+16,9	+60,7	+47,9	+46,4	+76,3	+105,9
Həmçinin uzaq xarici ölkələrilə	+24,7	+38,1	+15,4	+59,9	+45,7	+42,5	+69,0	+94,3
MDB ölkələrilə	+3,6	-1,3	+1,5	+0,8	+2,2	+3,9	+7,3	+11,6

Mənbə: ЭКО.2003. №9; БИКИ. 2005. №20, 17.02

Tapşırıq 2. Cədvəl 16-nın məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1990 və 1998-ci illərə nisbətən 2004-cü ildə Rusiyanın uzaq xarici ölkələrə mal ixracının dəyər həcmnin dəyişmə faizini. Müvafiq nəticələr çıxardın:

- 1990, 1998 və 2004-cü illərdə Rusiyanın uzaq xarici ölkələrə mal ixracında müxtəlif mal qruplarının payını, onların dəyişmə səbəbləri və xarakteri haqqında nəticə çıxardın.

Cədvəl 16**Rusiyanın uzaq xarici ölkələrə məhsul ixracının strukturu**

Cəmi, ixrac	İxracın məbləği, mlrd. doll.				
	1990 il	1992 il	1997 il	1998 il	2004 il
Maşın və avadanlıq	12,6	3,7	5,7	5,8	8,0
Mineral ərzaqlar	32,3	21,7	32,5	23,6	68,0
Qiymətli daşlar, metal və metal məmulatları	9,2	6,5	19,4	18,7	21,4
Kimya sənayesi məhsulları	3,3	2,5	5,7	4,9	7,0
Ağac məmulatları, sellüloz-kağız məmulatları	3,1	1,5	3,2	3,1	4,9
Toxuculuq və toxuculuq məmulatları	0,7	0,3	0,6	0,6	0,5
Dəri xammalı, xəz və xəz məmulatları	0,1	0,1	0,4	0,4	0,2
Ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalı (toxuculuqdan başqa)	1,5	1,1	1,8	1,6	1,8
Digər	8,4	2,6	0,7	0,4	1,4
Cəmi	71,1	40,0	70,0	59,1	113,2

Mənbə: Международные экономические отношения / Под. ред. И.П.Фаминского.

Tapşırıq 3. Cədvəl 17-yə əsasən 2003-cü ildə Rusiyanın MDB ölkələrində mal ixracında müxtəlif mal qruplarının payını hesablayın.

Rusiyanın uzaq xarici ölkələrə və MDB ölkələrinə ixracının mal strukturunu müqayisə edin.

Cədvəl 17

**2003-cü ildə Rusiyanın MDB ölkələrinə ixracının
mal strukturu**

Məhsul qrupları	İxracın məbləği, mlrd.doll.
Maşın və avadanlıq və nəqliyyat vasitələri	2,8
Mineral ərzaqlar	5,7
Qiymətli daşlar, metal və metal məmulatları	1,2
Kimya sənayesi məhsulları	1,4
Ağac məmulatları, sellüloz-kağız məmulatları	0,5
Toxuculuq və toxuculuq məmulatları	0,1
Ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalı (toxuculuqdan başqa)	0,9
Digər	0,3
Cəmi	12,9

Mənbə: Отчетные данные ГТК РФ. 2003

Təpşiriq 4. Cədvəl 18-in məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1992, 1995 və 2003-cü illərdə müxtəlif ölkələrin Rusiyanın mal ixracında payını. Onların müxtəlif dövlətlərdə Rusiya ilə ticarətdə iştirakının dəyişməsi haqqında nəticə çıxarın;
- 1992, 1995 və 2003-cü illərdə Rusiyanın ixracında on aparıcı ölkənin payını. Rusiya ixracının diversifikasiyaya uğraması dərəcəsi haqqında nəticə çıxarın.

Cədvəl 18

**Rusiyanın ixracında on aparıcı ölkənin payı
(mln.doll., cari qiymətlərlə, fob)**

Ölkə	1992 il	1995 il	2003 il
Cəmi	54236	79869,1	99918
Almaniya	5950,2	6049	10428,4
İtaliya	2962,6	3397	8510,3
Belarus	1712,2	2940	7559,3
ABŞ	2898,1	2647,9	4198,9

Çin	2864,4	3431,8	8396,6
Ukrayna	4742,9	6890	7614,7
Böyük Britaniya	2324,7	3095	4899,6
Niderland	2304,6	3201,1	8780,8
İsvəçrə	869,1	3356,4	5803,7
Yaponiya	1702,4	3622	2444,3
Cəmi on ölkə üzrə	28331,2	38720,2	68636,6

Mənbə: Российский статистический ежегодник: Стат. сб. Официальное издание. М.: Госкомстат России, 1995, 1998; Таможенная статистика внешней торговли Российской Федерации: Годовой сборник. М.: Государственный таможенный комитет РФ. 2003

Tapşırıq 5. Cədvəl 19-un məlumatlarına əsasən hesablayın:

- 1990 və 1998-ci illərə nisbətən 2004-cü ildə Rusiyanın uzaq xarici ölkələrdən mal idxalının dəyər həcmnin dəyişmə faizini. Müvafiq nəticələr çıxarın;
- 1990, 1998 və 2004-cü illərdə Rusiyanın uzaq xarici ölkələrdən mal idxalında müxtəlif mal qruplarının payını. Onların dəyişməsinin səbəbləri və xarakteri haqqında nəticə çıxarın

Cədvəl 19.

Uzaq xaricdən Rusiyaya idxalın mal strukturu, mlrd.doll.

Məhsul qrupları	1990 il	1992 il	1997 il	1998 il	2003 il
Maşın və avadanlıq	36,3	13,7	15,4	13,1	17,9
Ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalı (toxuculuqdan başqa)	16,6	9,3	10,2	9,1	9,3
Kimya sənayesi məhsulları	8,9	3,4	6,2	5,2	8,1
Qiymətli daşlar, metal və metal məmulatları	4,4	1,2	1,8	1,5	2,2
Ağac məmulatları, sellüloz-kağız məmulatları	0,9	0,5	1,7	1,4	2,0
Toxuculuq və toxuculuq məmulatları	7,6	3,9	1,3	0,9	1,8

Mineral ərzaqlar	2,4	1,0	1,1	0,9	0,5
Digər	3,9	1,4	1,5	1,1	1,8
Cəmi	81,8	35,0	39,3	33,3	43,8

Mənbə: Международные экономические отношения / Под ред. И.П. Фаминского.

Tapşırıq 6. Cədvəl 20-nin məlumatlarına görə 2003-cü ildə MDB ölkələrindən Rusiyanın mal idxalındakı müxtəlif qrup malların payını hesablayın.

Rusiyanın uzaq xarici ölkələrdən və MDB ölkələrindən mal strukturunu müqayisə edin.

Cədvəl 20

**Rusiyanın 2003-cü ildən MDB ölkələrindən
idxalının mal strukturu**

Məhsul qrupları	İxracın məbləği, mlrd.doll.
Maşın və avadanlıq və nəqliyyat vasitələri	1,6
Mineral ərzaqlar	1,5
Qıymətli daşlar, metal və metal məmulatları	1,5
Kimya sənayesi məhsulları	1,0
Ağac məmulatları, sellüloz-kağız məmulatları	0,2
Toxuculuq və toxuculuq məmulatları	0,4
Ərzaq məhsulları və kənd təsərrüfatı xammalı (toxuculuqdan başqa)	1,9
Digər	0,2
Cəmi	8,3

Mənbə: Отчетные данные ГТК РФ. 2003

Özünü nəzarət üçün testlər**1**

Dünya mal ixracatında Rusiyanın mal ixracının payı:

- a)2,5%
- b)10%
- c)1,8%
- ç)0,5%

2

Dünya mal idxalatında Rusiyanın mal idxalının payı:

- a)20,5%
- b)0,3%
- c)9,4%
- ç)1,0%

3

Uzaq xaricdən Rusiyanın əsas ticarət tərəfdaşları:

- a)Almaniya, Çin, İtaliya.
- b)Böyük Britaniya, ABŞ, Polşa.
- c)Fransa, Finlyandiya, Daniya.

4

MDB ölkələrindən Rusiyanın əsas ticarət tərəfdaşları:

- a)Qazaxstan, Moldaviya, Belarus.
- b)Belarus, Ukrayna, Qazaxstan.
- c)Ukrayna, Özbəkistan, Azərbaycan.

5

Rusiya idxalında maşın, avadanlıq və nəqliyyat vasitələrinin payı aşağıdakı intervaldadır:

- a)5-10%
- b)25-30%
- c)40-45%
- ç)70-75%

6

Uzaq xarici ölkələrə Rusiya ixracatında taxta-şalbanın və kağız-sellüloz məmulatlarının payı aşağıdakı intervaldadır:

- a)3-5%
- b)10-15%
- c)25-30%
- ç)40-50%

7

MDB dövlətlərinə Rusiya ixracatında yanacaq-enerji mallarının payı aşağıdakı intervaldadır:

- a)25-30%
- b)40-45%
- c)50-55%
- ç)75-80%

Düzdür/Düz deyil

8

«Rusiya emaledici sənayesinin ixracında, əsasən, aşağı və orta texnologiyalı məhsul təmsil olunub» fikri düzdürmü?

- a)Düzdür
- b)Düz deyil

9

«Rusiya idxalının xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, maşın, avadanlıq və nəqliyyat vasitələrinin idxalının idxal olunan mallar siyahısında birinci yeri ixrac olunan mallar tutur» fikri düzdürmü?

- a)Düzdür
- b)Düz deyil

10

«RF-nin MDB ölkələrinə ixracının əsasını maşın və avadanlıq təşkil edir» fikri düzdürmü?

- a)Düzdür
- b)Düz deyil

11

«RF-nin maşınqayırma istehsalının dünya ixracında payı 0,5% azdır» fikri düzdürmü?

- a)Düzdür
- b)Düz deyil

Testlərə cavablar

Fəsil 1.

1.1-a, 2-v, 3-b, 4-d, 5-q, 2-q, 3-b, 4-a, 8-v, 9-b, 10-q, 11-b, 12-b, 13-a,b, 14-b,v.

Fəsil 2.

1-v, 2-b, 3-b, 4-v, 5-b, 6-a,v, 7-b,q, 8-a,v, 9-a, 10-b, 11-b.

Fəsil 3.

1-v, 2-b, 3-b, 4-b, 5-a,v, 6-v,q.

Fəsil 4.

1-a, 2-v,q, 3-b,v.

Fəsil 6.

1.1-q, 2-z, 3-o, 4-a, 5-l, 6-d, 7-i, 8-m, 9-b, 10-n, 11-v, 12-j, 13-e, 14-k, 2-v, 3-a, 4-d, 5-a,b,v, 6-a, 7-b, 8-q, 9-b, 10-v, 11-v, 12-a, 13-a, 14-b, 15-b, 16-b, 17-b, 18-b, 19-a, 20-a, 21-a, 22-a, 23-b, 24-a.

Fəsil 7.

1.a,v,q, 2-b, 3-a, 4-v, 5-b, 6-b.

Fəsil 8.

1-v, 2-b, 3-q, 4-a, 5-q, 6-a, 7-b, 8-q, 9-q, 10-q, 11-v.

Fəsil 9.

1-a, 2-b, 3-b.

Fəsil 11.

1-v, 2-q, 3-a, 4-b, 5-v, 6-a, 7-b, 8-a, 9-a, 10-b, 11-a.

«Beynəlxalq ticarət» fənni üzrə referatların təqribi tematikası

1. Müasir dünya bazarı, onun strukturu.
2. Mallarla beynəlxalq ticarət, onun beynəlxalq iqtisadi əlaqələr sistemində yeri və rolu.
3. Beynəlxalq ticarətin problemləri və inkişaf perspektivləri (hər hansı bir ölkənin nümunəsində).
4. Beynəlxalq ticarətin coğrafi istiqamətləri və onların dəyişməsi. Mal axınlarının miqyasları.
5. Beynəlxalq ticarətin mal strukturunun dinamikası.
6. Proteksionizm və liberallaşma, onların məqsədləri, üsulları və müasir xarici ticarət siyasətində nisbəti.
7. Xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsi alətləri, onların təkamülü.
8. İnkişaf etmiş ölkənin xarici ticarət siyasətinin xüsusiyyətləri.
9. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin xarici ticarət siyasətinin xüsusiyyətləri.
10. Yeni sənaye ölkələrinin xarici ticarət siyasətinin xüsusiyyətləri.
11. Keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələrin xarici ticarət siyasətinin xüsusiyyətləri.
12. Rusiyanın xarici ticarət siyasətinin xüsusiyyətləri.
13. Dünya mal bazarının müxtəlif tiplərində qiymətyaranma spesifikasiyası.
14. Dünya qiymətləri və xarici ticarət qiymətlərinin əsas növləri.
15. Xammala dünya qiymətlərinin formalaşması xüsusiyyətləri.
16. Maşın və avadanlığa dünya qiymətlərinin formalaşma xüsusiyyətləri.
17. XXI əsrin əvvəlində dünya qiymətlərinin müxtəlif mal qrupları üzrə dinamikası.
18. Dəmpinq və beynəlxalq ticarətdə dəmpinq tədbirləri.
19. Beynəlxalq ticarətdə antidəmpinq siyasəti.
20. Beynəlxalq ticarətdə xammalın yeri.
21. Qida ilə beynəlxalq ticarət.
22. Maşın və avadanlıqla beynəlxalq ticarət.
23. Xidmətlərlə beynəlxalq ticarətdə müasir meyillər.
24. Beynəlxalq turizm xidmətlərlə ticarətin spesifik forması kimi.
25. Beynəlxalq texnologiyalar bazarının inkişaf xüsusiyyətləri.

26. Elektron ticarətin iqtisadi mahiyyəti, dünya iqtisadiyyatında əhəmiyyəti.
27. Xidmətlərlə beynəlxalq ticarətin tənzimlənməsi.
28. Beynəlxalq regional ticarət təşkilatları və onların ölkələrin xarici ticarət əlaqələrinin qurulmasında rolu.
29. TTBR/ÜTT beynəlxalq ticarətin çoxtərəfli nizamlanmasının əsas aləti kimi.
30. Rusiyanın ÜTT-yə üzv olunmasının problemləri və perspektivləri.
31. Rusiyanın xarici ticarətinin onun hazırkı iqtisadi vəziyyətindəki yeri və rolu.
32. XX əsrin sonları-XXI əsrin əvvəllərində Rusiyanın xarici ticarətinin dinamikası.
33. Rusiyanın xarici ticarətinin coğrafi və mal strukturu, onun XX əsrin sonları-XXI əsrin əvvəllərində dəyişməsi.

Tövsiyə olunan ədəbiyyat

Əsas

Андреева О.Д., Матюхин И.С. Состязательные методы международной торговли: Учебное пособие. М.: ВАВТ, 2003.

Бурмистров В.Н., Холопов К.В. Внешняя торговля Российской Федерации. М.: Юрист, 2001.

Данильцев А.В. Международная торговля: инструменты регулирования: Учебно-практическое пособие. М.: Палеотип, Деловая литература, 2004.

Дюмулен И.И. Всемирная торговая организация. М.: Экономика, 2003.

Солодовский В.А. Экономико-статистические методы анализа внешней торговли. М.: 2004.

Устинов И.Н. Мировая торговля. Статистико-аналитический справочник. М.: Экономика, 2002.

Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник. М.: Инфра-М, 2001.

- Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. М.: Экономистъ, 2004.
- Адрианов В.Д. Россия в мировой экономике. М.: Владос, 2002.
- Внешняя торговля России в 2004 г.// БИКИ. 2005. № 20.17.02.
- Глобализация экономики и внешнеэкономические связи России/ Под ред. И.П.Фаминского. М.: Республика, 2004.
- Конкурентоспособность России в глобальной экономике. М.: Международные отношения, 2003.
- Ливенцев Н.Н., Лисоволик Я.Д. Актуальные проблемы присоединения России к ВТО. М.: экономика, 2002.
- Международные экономические отношения / Под ред. БюМ.Смитиенко. М.: Инфра-М, 2005.
- Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет/ Под.ред. И.С.Королева. М.: Юристъ, 2003.
- Мировая экономика и международный бизнес / Под ред. В.В.Полякова, Р.К.Щенина. М.: Кнорус, 2005.
- Мовсесян А.Г., Смитиенко Б.М. Современный мировой рынок и его конъюнктура. М.: Финансовая академия при правительстве РФ, 1999.
- Орешкин В. Состояние и перспективы развития мировых товарных рынков // МЭ и МО. 2000. №8.
- Портер М. Конкуренция. СПб; М.: Киев: Изд. дом «Вильямс», 2002.
- Россия и международная торговая система. СПб.: Петрополис. 2000.
- Россия: интеграция в мировую экономику / Под ред. Р.И. Зименкова М.: Финансы и статистика, 2002.
- Спартак А.Н. Проблемы развития экспорта и формирования международной специализации России в переходный период // Внешнеэкономический бюллетень. 2002. №11.
- Улин Б. Межрегиональная и международная торговля. М.: Дело, 2004.

Jurnallar

Деловой мир.
 Вопросы экономики.
 Внешняя торговля.
 Внешнеэкономический бюллетень.
 Вопросы теории и практики управления.
 Внешнеэкономический комплекс России.
 Коммерческий вестник.
 Коммерсант.
 Российский экономический журнал.
 Мировая экономика и международные отношения (МЭ и МО).
 Таможенный вестник.
 Экономист.

Qəzetlər

Бюллетень иностранной коммерческой информации (БИКИ).
 Известия.
 Независимая газета.
 Российская газета.
 Экономика и жизнь.

Statistik sorğu kitabçaları

Основы внешнеэкономических знаний. Словарь-справочник.
 Российский статистический ежегодник. Госкомстат России.
 Российская Федерация в цифрах. Госкомстат России.
 Таможенная статистика внешней торговли РФ. М., ГТК России.
 International Trade Statistics. WTO publikations.
 International Yearbook of Industrial Statistics. UNIDO.
 International Financial Statistics. Yearbook.
 International Financial Statistics. (систематическое издание).
 26. World Development Report. World Bank.

İnternet vasitəsi ilə əlçatan məlumat

www.cbr.ru

www.wto.ru

Digər materiallara girişi təmin etmək üçün ünvanları aşağıdakılar olan axtarış sistemlərindən istifadə etmək lazımdır.

www.yahoo.com

www.search.com

www.excite.com

www.altavistra.digital.com

www.mckinly.com

MÜNDƏRİCAT

Giriş.....	3
I Bölmə. Beynəlxalq ticarət: konseptual əsasları, təkamülün xüsusiyyətləri	
Fəsil 1. Beynəlxalq ticarətin nəzəriyyələri.....	4
Merkantilizm nəzəriyyəsi.....	5
Absolyut üstünlüklər nəzəriyyəsi	7
Nisbi üstünlüklər nəzəriyyəsi.....	9
İstehsalat amilləri nəzəriyyəsi.....	11
Beynəlxalq ticarətin müasir nəzəriyyələri.....	15
Fəsil 2. Beynəlxalq ticarət və onun inkişafı.....	25
Dünya təsərrüfat əlaqələri sistemində beynəlxalq ticarət....	25
Beynəlxalq əmək bölgüsü və ticarətin inkişafı.....	29
Ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsündə və beynəlxalq ticarətində iştirakının əsas göstəriciləri.....	43
Fəsil 3. Dünya bazarı və dünya ticarətində qiymətin əmələ gəlməsi.....	49
Dünya bazarının təkamülü.....	49
Beynəlxalq mal nomenklaturası.....	52
Dünya qiymətlərinin səviyyəsinə təsir edən amillər. Qiy- mət və qiymətin əmələgəlməsi nəzəriyyələri.....	58
Dünya qiymətlərinin formalaşmasının əsas xüsusiyyətləri.	63
Dünya qiymətlərinin hesablanması metodları və növləri...	68
Fəsil 4. Beynəlxalq ticarətin müasir yarış təşkilati formaları.....	75
Beynəlxalq mal birjalari.....	75
Hərrac ticarətinin inkişafının meyilləri və perspektivləri....	85
Beynəlxalq torqlar, onların növləri və beynəlxalq-hüquqi reqlamentasiyası.....	90
Fəsil 5. Elektron ticarət.....	95
Elektron ticarətin nəzəri əsasları.....	95
Elektron ticarətin əsas formaları.....	100
Korporasiyalararası İnternet-ticarət (business-tu-business (B 2 B).....	105

II Bölmə. Beynəlxalq ticarətin rəqlamentasiyası

Fəsil 6. Dövlətin xarici ticarət siyasəti..... 108

Ölkələrin xarici ticarət siyasətində liberallaşma və proteksionizm.....	108
Dövlətin xarici ticarət siyasətinin alətləri.....	117
İxracı dövlət dəstəyə.....	125

Fəsil 7. Beynəlxalq ticarətin dövlətlərarası tənzimlənməsi.. 132

TTBR/ÜTT beynəlxalq ticarətin çoxtərəfli nizam- lanmasının əsas aləti kimi.....	140
Rusiyanın xarici ticarət siyasəti və ÜTT-yə daxil olma.....	152

III Hissə. mal və xidmətlərlə beynəlxalq ticarət

Fəsil 8. Mallarla beynəlxalq ticarət..... 161

Beynəlxalq ticarətin dinamikası və ərazi strukturu XX əsrin ikinci yarısında	161
XX əsrin ikinci yarısında beynəlxalq ticarətin mal strukturunun dəyişməsi.....	174
XXI əsrdə beynəlxalq ticarətin ərazi-mal strukturunun dinamikası.....	181

Fəsil 9. Dünya mal bazarı..... 195

Xammalla ticarət.....	195
Dünya neft bazarının xüsusiyyətləri.....	196
Neft bazarının təşkilati formaları, ticarət metodları və qiymətin formalaşdırılması.....	200
Dünya ərzaq və kənd təsərrüfatı xammalı bazarı.....	210
Hazır məhsullar və yarımfabrikatların dünya bazarı.....	216

Fəsil 10. Xidmətlərlə beynəlxalq ticarət..... 222

Müasir dünyada xidmətlər, onların təyinatı və təsnifatı....	222
Dünya xidmətlər bazarının xüsusiyyətləri.....	230
Beynəlxalq turizm xidmətlər sahəsinin ən zəruri sektorlarından biri kimi.....	236

Fəsil 11. Rusiyanın xarici ticarəti.....	245
RF xarici ticarətinin inkişafının dinamikası.....	245
Rusiyanın xarici ticarətinin coğrafi strukturu.....	249
Rusiyanın xarici ticarətinin mal strukturu.....	254
ƏLAVƏ.....	267
Müstəqil iş üçün məsələlər.....	267
«Beynəlxalq ticarət» fənni üzrə referatların təqribi tematikası.....	333
Təvsiyə olunan ədəbiyyat.....	335

*Вавилова Елена Васильевна
Юородулина Людмила Павловна*

Международная торговля

Учебное пособие на азербайджанском языке

*Çapa imzalanıb 22. 10. 2009. Kağız formatı 60x84 1/16.
Həcmi 21,4 c.v. Ş.ç.v. 20. Sifariş 138. Sayı 500.*

*" İqtisad Universiteti " nəşriyyatı.
AZ 1001, Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi, 6*

Qrant layihəsi əsasında qeyri-kommersiya xarakterli nəşr