

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM
VAZIRLIGI**

D.A. SHODIBEKOVA

XALQARO TIJORAT ISHI

***O'zbekiston Respublikasi Oliy va O'rta maxsus ta'lim vazirligi oliy
O'quv yurtlararo ilmiy uslubiy birlashmalar faoliyatini
muvofiqlashtiruvchi kengash tomonidan oliy o'quv yurtlarining
iqtisodiy ta'lim yo'nalishlari bakalavr va magistratura talabalari
uchun darslik sifatida tavsiya etilgan***

TOSHKENT-2010

Shodibekova D.A. «Xalqaro tijorat ishi» darslik -T.: , 2010. -310 b

«Xalqaro tijorat ishi» fanidan tayyorlangan darslik «Xalqaro biznes», «Biznesni boshqarish» mutaxassisliklari magistratura tinglovchilari va «Biznes» yo'nalishida ta'lim olayotgan bakalavriat talabalari uchun mo'ljallangan. Darslikda xalqaro tijorat operatsiyalarining mohiyati, turlari, xususiyatlari; xalqaro savdo bitimlarining mazmuni, eksport-import operatsiyalarini amalga oshirish va uni tartibga solish yo'llari; tijorat operatsiyalarini amalga oshirish uchun bozor tadqiqotlarini o'tkazish usullari, xalqaro oldi-sotdi sharnomalarini tuzish va uni tashkil etish, bajarilishini nazorat qilish, xalqaro tovar birjalari, auksionlar va savdolarida tijorat operatsiyalari o'tkazish va vositachilardan foydalanish yo'llari haqidagi muhim ma'lumotlar berilgan.

Shuningdek, mazkur darslikdan biznes maktabi eshituvchilari, xalqaro bozorga chiqish uchun tayyorgarlik ko'rayotgan biznes sub'ektlari va boshqa barcha qiziquvchilar foydalanishlari mumkin.

Taqrizchilar:

i.f.d., prof. Nasretddinova M. A.

i.f.n., dotsent. Yusupov M.A.

Muxarrir:

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Xalqaro biznes fakulteti dekani, i.f.d., prof. Qosimova M.S.

Шадыбекова Д.А. «Международное коммерческое дело» учебник -Т.: 2010. - 310 с.

Учебник по предмету «Международное коммерческое дело» предназначено для слушателей магистратуры по специальности «Международный бизнес» (шифр 5А 340404), а также для студентов обучающихся по направлению «Бизнес» (шифр 53404200). В учебнике даны сущность, виды, особенности международных коммерческих операций, значение международных торговых соглашений, пути урегулирования и ведения экспортных и импортных операций, методы рыночных исследований для ведения коммерческих операций, составление, организация и контроль международных торговых соглашений, проведение коммерческих операций на аукционах и торгах в международных товарных биржах и пути использования посредников.

А также, данным учебником могут пользоваться бизнес субъекты намеренные выйти на международные рынки и все заинтересованные лица.
?

Рецензенты:

Д.э.н., проф. Насретдинова
М.А.

к.э.н. доцент. . Юсупов М.А.

Редактор: Декан факультета “Международный бизнес” ТГЭУ д.э.н., проф.
Касимова М.С.

Shodibekova D.A. «The International commercial business» the textbook -T.: 2010. –310 p

The prepared textbook on subject «The International commercial business» is intended for listeners of a magistracy on a speciality «The International business» (the code 5A 340404), and also for students studying on a direction "Business" (the code 53404200). In the textbook are given the essence, kinds, feature of the international commercial operations, value of the international trading agreements, ways of settlement and conducting export and import operations, methods of market researches for conducting commercial operations, drawing up, the organization and the control of the international trading agreements, carrying out of commercial operations on auctions and on the tenders in the international commodity exchanges and ways of using of intermediaries.

And also, the given textbook may be used by business subjects and all interested persons.

Reviewers:

d.e.s. prof. Nasreddinova M.A

k.e.s. The senior lecturer. Yusupov M.A.

The editor-in-chief d.e.s. prof. Kasimova M.S.

KIRISH

O'zbekiston iqtisodiyotini isloh qilishning zamonaviy bosqichi uchun uning jahon hamjamiyati bilan birga o'sib borish tendentsiyasi, xalqaro ayirboshlashning yangi shakllarini jadallashtirish xarakterlidir.

Bozor iqtisodiyotining ravnaq topishida, aholi turmush farovonligini ta'minlashda, jahon bozorlardagi raqobat kurashida ustunlikka erishishda xalqaro tijorat operatsiyalarning qonun va qoidalarini bilish muhim ahamiyat kasb etadi. Kompaniya va firmalarning jahon bozorida samarali faoliyat olib borishi uchun xalqaro tijorat operatsiyalarini yuqori saviyada tashkil etish, qonun - qoidalarni o'rganish va uni amalga oshirish ko'nikmalariga ega bo'lish lozim.

Prezidentimiz I.A.Karimov ta'kidlab o'tganidek :”...iqtisodiyotdagi tub o'zgarishlar haqida gapirar ekanmiz, bu borada bizda hali ishga tushirilmagan katta imkoniyatlar mavjudligini yodda tutishimiz lozim. Buni, ayniqsa, xizmat ko'rsatish va servis sohalari rivojining orqada qolayotganligida ko'rishimiz mumkin.”¹ Bunday sharoitda xalqaro bozorga chiqish masalalari bo'yicha ilmiy yutuqlarni o'rganish va umumlashtirish katta qiziqish uyg'otadi.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda davlat monopoliyasi qisqartirilishi tufayli ko'p sonli O'zbekistonlik tadbirkorlarga xorijiy bozorlarga chiqish imkonini berdi. Ayni vaqtda, eng avvalo, jahon tovar bozorlari konyunkturasining yomonlashuvi, raqobatning keskinlashuvi kabi bir qator tashqi omillar mavjudki, bular O'zbekiston korxonalari tomonidan eksport qilinadigan ayrim mahsulot turlarining narxi va hajmlari pasayishi orqali iqtisodiyotimizga salbiy ta'sir o'tkazmoqda.¹

Jahon bozoriga chiqish bu – zamonaviy iqtisodiyotning zaruriy bo'g'inidir. Xalqaro bozor o'ziga xos geografiya, iqlim, millat, madaniyat, din va siyosatga ega davlatlar bozorlari yig'indisini ifodalaydi.

Xalqaro aloqalar va integratsiyaning kengaytirilishi, tijorat va biznes munosabatlarining o'rnatilishi, jahon bozoriga mustahkam yo'l O'zbekistonning jahon hamjamiyatida munosib o'rin egallashining ichki majburiy shartlaridir. Bunda

¹ “Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари”. – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й.12,бет

xalqaro maydonda belgilab qo'yilgan tijorat ishining qonun-qoidalari strategiya va uslublarini o'zlashtirish va uni amalga oshirish ko'nikmalariga ega bo'lish muhim ahamiyat kasb etadi.

Ko'riigan aniq choralar natijasida tashqi savdo tarkibida chuqur ijobiy o'zgarishlar ro'y bermoqda. Keyingi yillar mobaynida eksport tarkibida raqobatdosh tayyor mahsulot salmog'ining barqaror o'sish tendensiyasi va xom ashyo etkazib beruvchi tarmoqlar mahsulotlari ulushining kamayib borayotgani yaqqol ko'zga tashlanmoqda.²

Davlat o'z milliy va butun jamiyat manfaatlarini muhofaza qilish maqsadida tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqaradi, shuningdek, bu jarayonda paydo bo'ladigan munosabatlar ishtirokchilarini qo'llab-quvvatlaydi. Eksportga doir tadbirlarni har taraflama qo'llab-quvvatlash, mamlakatimizda eksport salohiyati o'sishiga yordam beradi. Eksport-import faoliyati rivojlanishi milliy iqtisodiyot rivojlanish darajasiga, Respublikamiz olib borayotgan iqtisodiyotni liberalizatsiyalashtirish va erkinlashtirish siyosatiga muayyan darajada bog'liq.

Xalqaro iqtisodiy munosabatlar rivojlanishining hozirgi bosqichida xalqaro bozorga kirib borishni eksport-import faoliyati orqali amalga oshirish xalqaro tijorat ishlarini yuqori saviyada tashkil qilishni taqozo etadi.

«Xalqaro tijorat ishi» fanidan tayyorlangan mazkur darslikda xalqaro tijorat operatsiyalarining mohiyati, turlari, xususiyatlari; xalqaro savdo bitmlarining mazmuni, eksport-import operatsiyalarini amalga oshirish va uni tartibga solish yo'llari; tijorat operatsiyalarini amalga oshirish uchun bozor tadqiqotlarini o'tkazish usullari, xalqaro oldi-sotdi sharnomalarini tuzish va uni tashkil etish, bajarilishini nazorat qilish, xalqaro tovar birjalari auksionlari va savdolarida tijorat operatsiyalari o'tkazish va vositachilardan foydalanish yo'llari, xalqaro bozorlarda reklama faoliyati olib borish uslublari berilgan.

«Xalqaro tijorat ishi» fanidan tayyorlangan darslik «Xalqaro biznes», «Biznesni boshqarish» mutaxassisliklaridagi magistratura tinglovchilari va «Biznes»

² “Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари”. – Т.: Иқтисодиёт, 2009 й.12,бет

yo'nalishida ta'lim olayotgan bakalavriat talabalari uchun mo'ljallangan. Undan barcha Oliy va O'rta Maxsus Ta'lim o'quv muassasalari va biznes maktabi talabalari, xalqaro bozorga chiqish uchun tayyorgarlik ko'rayotgan biznes sub'ektlari foydalanishlari mumkin.

1-bob. XALQARO TIJORAT OPERATSIYALARI: MOHIYATI VA MAZMUNI

1.1. «Xalqaro tijorat ishi» va «xalqaro tijorat operatsiyalari» tushunchalarining mazmuni

Xalqaro tijorat ishi – moddiy qimmatliklar va xizmatlarni xalqaro almashtirishga xizmat qiladigan, xalqaro tijorat operatsiyalarini tashkil qilish va yuritish texnikasi bilan bog'liq nazariy va amaliy bilimlarning alohida doirasi hisoblanadi. Almashtiruv amalga oshirilishi uchun bir-biriga bog'liq ma'lum xarakatlar:

- xaridorni topish;
- u bilan barcha shartlar – tovar, xizmat uning miqdori, sifati, narxi, etkazib berish muddati ko'rsatilgan shartnoma bitimini tuzish;
- shartnomani bajarish: tovarni olib ketish uchun tayyorlash, uni xaridorga etkazib berish, tovar uchun hisoblar o'tkazishni amalga oshirish kerak.

Bunday harakatlar tijorat xarakteriga ega. Jahon bozoridagi almashinuvni boshqarish, almashinuv operatsiyalarini o'tkazishning ma'nosi shundaki, unda moddiy qimmatliklar va xizmatlarni almashtirish jarayonini amalga oshiruvchi kishilar faoliyatining turli ko'rinishlarini tashkil qilish, boshqarish, yo'naltirish ko'zda tutiladi.

Tijorat faoliyati orqali firmaning bozordagi iste'molchi – kontragent bilan aloqasi yuzaga keladi. Agar bu aloqa xorijiy kontragentlar tomonidan qo'llab-quvvatlansa, u firmaning tashqi iqtisodiy faoliyati hisoblanadi. U firmalar tomonidan eksport-import operatsiyalarini o'tkazish va chegara ortidagi ishlab chiqarish va savdo faoliyatini boshqarishga yo'naltirilgan.

Xalqaro tijorat ishi – jahon bozorida almashinuv operatsiyalarini amalga oshirish bilan bog'liq masalalar echimini ta'minlovchi tashkiliy tuzilmalar va alohida firmalarning ish yuritish doirasidir. Bu faoliyatni amalga oshirishda xalqaro amaliyotning murakkab shakl va uslublaridan foydalaniladi. Shu tarzda **xalqaro tijorat ishining asosiy mazmuni** xalqaro tijorat operatsiyalari o'tkazish yo'li bilan

tovarlar, xizmatlar va ilmiy-texnik va ishlab chiqarish hamkorligi natijalarini xalqaro almashtirishdan iborat ekanligini aniqlash mumkin.

Xalqaro tijorat operatsiyalari ob'ektlari boshqaruv operatsiyalari kabi tovarlar, xizmatlar, ishlab chiqarish va ilmiy-texnik hamkorlik natijalarini almashtirishni o'zida aks ettiruvchi moddiy jarayonlar hisoblanadi. Bu ob'ektlar jahon bozorida amalga oshiriladigan tijorat operatsiyalari ko'rinishlarini aniqlashga yordam beradi.

1.2. Xalqaro tijorat operatsiyalarining turlari

Xalqaro tijorat operatsiyalarini ikkiga bo'lish mumkin:

- asosiytijorat operatsiyalari;
- ta'minlovchi tijorat operatsiyalari.

Asosiy tijorat operatsiyalariga turli mamalakatlarda joylashgan kontragentlar (bevosita ishtirokchilar) o'rtasida o'zaro ayriboshlash asosida amalga oshiriladigan operatsiyalar kiradi, ta'minlovchi tijorat operatsiyalariga esa, tovarning sotuvchidan xaridorgacha bo'lgan xarakati bilan bog'liq operatsiyalar kiradi.

Asosiy tijorat operatsiyalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- tovar almashinuvi va moddiy shakl bo'yicha (tijorat eksport va importi);
- patent, litsenziya, «nau-xau» savdo shaklidagi ilmiy-texnik bilimlarni almashtirish bo'yicha;
- texnik xizmatlarni almashtirish bo'yicha;
- ijaraviy;
- xalqaro turizm bo'yicha;
- axborot doirasida maslahat xizmatini taklif etish va boshqaruvni takomillashtirish bo'yicha, kinofilm va teledasturlarni almashtirish bo'yicha.

Xalqaro tovar aylanmasidagi ta'minlovchi operatsiyalarga quyidagilar kiradi:

- yuklarni xalqaro tashish;
- transport-ekspeditorlik;
- yuklarni sug'urtalash;
- xalqaro tashish paytida yuklarni saqlash;

- xalqaro hisobotlar yuritish.

Ta'kidlash kerakki, ishlab chiqarish va ilmiy-texnik hamkorlik doirasini xalqaro tijorat ishining maxsus doirasi sifatida ajratib ko'rsatish lozim. Bu hamkorlik aniq tashkiliy boshqaruv faoliyati natijasi sifatida ishtirok etadi, uning maqsadi:

- ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish va kooperirlashtirish;
- ob'ektlarning qo'shma qurilishini tashkil qilish va ulardan foydalanish;
- ilmiy tadqiqotlar doirasidagi kooperatsiyalar (birgilikdagi faoliyat) haqida bitimlarni imzolash hisoblanadi.

Boshqaruvning tashkiliy-texnik jihatini o'rganish bu operatsiyalarning ob'ektlari va sub'ektlari nuqtai nazaridan tijorat operatsiyalarining turli ko'rinishlarini, jumladan, shakllar, uslublar, iqtisodiy dastagi va ularni sotish vositalarini qamrab oladi.

Xalqaro savdo munosabatlarining iqtisodiy mexanizmlaridan samarali foydalanish quyidagilarni talab qiladi:

- mahalliy korxonalar, uyushmalar, tashqi savdo tashkilotlarining xorijiy kontragentlar (hamkorlar) bilan tijorat operatsiyalarini o'tkazish tajribalaridan unumli foydalanish;
- asosiy va ta'minlovchi operatsiyalarning mustahkam aloqasini o'rnatish;
- xorij firmalari bilan ishlab chiqarish, savdo-iqtisodiy va ilmiy-texnik hamkorlik natijasida vujudga keladigan afzalliklardan samarali foydalanish;
- xalqaro savdoning turli tovar va xizmatlari shakl va uslublarini unumli qo'llash.

Asosiy xalqaro tijorat ishini o'zlashtirish faqatgina nazariy bilimlarni egallashnigina emas, shuningdek, tayyorlov doirasida amaliy jihatdan yangiliklarni topish, xalqaro savdo bitimlarini imzolash va bajarish, savdo vositachilik va boshqa operatsiyalarni amalga oshirishni ham nazarda tutadi.

Xalqaro tijorat ishini o'rganish quyidagi masalalarni:

- xalqaro savdoning yangi uslub va shakllarini;
- tijorat operatsiyalari o'tkazish texnikasi: savdo-sotiq shartnomalarini tayyorlash va imzolash, ularning mazmuni va bajarilishini;

- savdo-vositachilarning vazifalari, ularning jahon bozoridagi operatsiyalarni bajarishdagi roli, savdo vositachilari bilan tuzilgan shartnomalarning mazmunini;
- xalqaro tovar birjalari, xalqaro auksionlar, savdo, yarmarka va ko'rgazmalar operatsiyalari texnikasi va ularni tashkil qilishni;
- ilmiy-texnik bilimlar savdosi va boshqa xalqaro xizmatlarni tashkil qilish, patent, litsenziya, texnik xizmat ko'rsatish (inijiring), ijara operatsiyalari, xalqaro turizm bo'yicha operatsiyalarni o'tkazish texnikasi va ularni tashkil qilishni;
- xorij firmalari xalqaro ishlab chiqarish aloqalarini tashkil qilish, xalqaro ishlab chiqarishni kooperirlashtirish (birgalikda tashkil qilish) va oxirgi (qo'shma) mahsulotni ishlab chiqarishning xususiyatlarini;
- davlat monopolistik boshqaruvining asosiy shakllari va vositalari hamda firmalarning tashqi iqtisodiy faoliyati rivojlanishiga ularning ta'sirini;
- xalqaro aloqalar rivojlanishiga ko'maklashish yo'llari va usullarini bosqichma-bosqich ko'rib chiqishni talab qiladi.

1.3. «Xalqaro savdo bitimlari» tushunchasining mazmuni

Xalqaro operatsiyalarni amalga oshirish ma'lum huquqiy me'yorlarni qo'llash va ularni o'tkazishda aniq usullardan foydalanishni talab qiladi.

Xalqaro savdo bitimlari, deganda turli mamlakatlar joylashgan ikki yoki bir necha tomonlarning belgilangan miqdor va sifat birligidagi yoki tomonlarning kelishilgan shartlariga muvofiq tovarlarni etkazib berish, xizmat ko'rsatish haqidagi shartnomasi (kelishuvi) tushuniladi.

Shartnomaning xalqaro xarakteri shundaki, uning sub'ektlari turli mamlakatlarning tijorat korxonalari yoki tadbirkorlari hisoblanadi.

Bir mamlakat ichida turli davlatlarga, millatlarga tegishli tijorat korxonalari tomonidan imzolangan shartnomalar xalqaro xarakterga ega bo'lmaydi (masalan, turli mamlakatlar firmalarining bir mamlakat xududida joylashgan filial va shu'ba kompaniyalari o'rtasida imzolangan shartnomalar).

Savdo bitimi ostida moddiy shaklda xalqaro tovar aylanmasidagi asosiy va ta'minlovchi tovar bilan taklif etilayotgan xizmatlarning almashinuvi tushuniladi.

Savdo bitimida tomonlar kommersantlar deb nomlangan tadbirkorlarning alohida toifasi sifatida ishtirok etadi. Ularning faoliyati maxsus huquqiy tartibga bo'ysunadi. Ta'kidlash kerakki, bu tartib bitimlarni imzolash rasmiyatchiligini kuchsizlantiradi, xususan, kommersantlar shartnoma qabul qilishda bir qator qiyinchiliklardan xalos bo'ladilar. Bu bitimlarni nafaqat yozma ravishda, shuningdek og'zaki (telefon, teletayp orqali) imzolash imkonini beradi.

Tovar birligi, deganda bir xil ko'rinishdagi tovarlarning alohida miqdori tushuniladi. Bir partiya bir yoki bir necha tovar birligidan iborat bo'lishi mumkin va kelishilgan punktdan belgilangan xaridorga etkazib berish orqali yuborishga mo'ljallanadi.

Xalqaro tijorat amaliyotida o'zaro iqtisodiy aloqalar oldi-sotdi, litsenziyalash, ijara shartnomasi, sug'urta shartnomasi, etkazib berish, saqlash va boshqa savdo bitmlari shaklida amalga oshirilishi mumkin. O'zaro kelishuv asosida tovar ayriboshlash yuqorida keltirilgan ta'minlovchi xizmatlar bilan birga, oldi-sotdi, buyurtma va tender shaklidagi savdo bitmlari orqali amalga oshirilishi mumkin.

Xalqaro savdo bitimlarining xarakterli jihatlari

Zamonaviy sharoitlarda xalqaro savdo bitimlari xususiyatlari oddiy ishlab chiqarish va ilmiy-texnik xalqaro hamkorligidagi aloqalarda o'z aksini topadi.

Ular quyidagi muhim jihatlar bilan xarakterlanadi:

- xalqaro tovar aylanmasidagi mahsulotlar nomenklaturasining ahamiyatli kengayishi va xarakterining o'zgarishi; turlarining o'zgarishi; oraliq mahsulotlarni etkazib berishni kengaytirish. Xalqaro tovar aylanmasiga tushayotgan mahsulotlar murakkabligi shartnomalar bajarilish muddati uzaytirilishini taqozo etmoqda;

- korxonalar uchun uskunalar etkazib berish bitimlarining kompleks xarakteri. Bunday bitimlar mashina, uskuna va materiallarni texnologiya va shartnoma imzolanishidan oldin va keyin ko'rsatiladigan boshqa xizmatlar bilan birga etkazib berishni nazarda tutadi. Bunday yo'l-yo'lakay xizmatlarga injener-maslahat

xizmatlari, korxonani qurish bo'yicha qurilish ishlari, korxonaning me'yoriy ishlashini ta'minlovchi infratuzilmani rivojlantirish bo'yicha xizmatlar kiradi;

- bitimlar masshtabi o'sishi ko'p hollarda moliyalashtirish, sug'urtalash, hisoblarning turli shakllari bo'yicha har xil majburiyatlar majmuini bajarish, uskuna va materiallarni etkazib berish, yo'l-yo'lakay xizmatlarni taqdim etish kabi xizmatlarni o'zida mujassamlashtiruvchi iqtisodiy hamkorlik bo'yicha yirik kelishuvlarda namoyon bo'ladi.

- «pod klyuch»² etkazmalari amaliyotini kengaytirish. Agar sotuvchi korxona qurilishi bo'yicha barcha xizmatlarni – korxonaning ishga tushirilishidan oldingi barcha xujjatlashtirish ishlarini va ularda mo'ljallangan barcha ko'rsatkichlarga erishishni o'z zimmasiga olgan bo'lsa, bunday etkazmalarining solishtirma og'irligi rivojlangan mamlakatlarda industrial rivojlanish darajasining orqada qolishi, infratuzilmaning tayyor emasligi, malakali ishchi kuchining etishmasligi hisobiga juda yuqori bo'ladi. Uskunalarni sotishning bu shaklini rivojlangan mamlakatlarda qo'llash keltirilayotgan texnika va texnologiyaning beqiyosligi bilan bog'liq;

- yirik masshtabli bitimlarni rivojlangan mamlakatlar kompaniyalari bilan birgalikda konsortsium³ yaratish yo'li bilan amalga oshirish. Bunday bitimlarda ko'pincha injiring shaklidagi bosh kompaniya bir tomon bo'lib ishtirok etadi. Yirik korxonalar uchun uskunalar etkazib berish haqidagi kelishuvlar doirasini kengaytirish, materiallarni, uskunalarining alohida qismlarini ishlab chiqarish, ularni etkazib berish va o'rnatish, foydalanishga topshirish va boshqalar korxona eksporti alohida yirik mahsulot etkazib beruvchilarga va ularning bir mamlakatdagi uyushmalarigagina bog'liq emasligini ko'rsatadi. Buning ustiga mazkur uskunalar bozorida faqatgina uskunalar ko'rinishlari bo'yichagina emas, shuningdek, taklif etilayotgan xizmat ko'rinishlari bo'yicha ham ixtisoslashgan eksport qiluvchilar faoliyat ko'rsatadi.

Kompleks uskunalarni etkazib berishning boshqa xususiyati eksport qiluvchi tomonidan import qiluvchiga taklif etiladigan kreditdir. U pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin. Shartnomada kompleks uskunalarni etkazib berishda uskunalarni

eksport qiluvchiga yo'naltiradigan korxona qurilishiga ketgan xarajatlar ulushi (odatda, 20-40% xajmda bo'ladi) haqida ham gapiriladi.

Odatda, kompleks uskunalarni ishlab chiqarishda bosh pudratchi sifatida ishtirok etuvchi Trans Milliy Kompaniya (TMK) shu'balarigina emas, turli mamlakatlarning ko'pgina mustaqil firmalari ham ishtirok etadilar. Bunda bosh pudratchi – bir tomondan etkazmaning to'la-to'kisliligi (kompleksliligi) va xaridor oldida uning o'z vaqtida etkazilishi va sifati uchun javob beradi. Boshqa tomondan, u mayda etkazib beruvchilar bilan bevosita shartnomalarni amalga oshiradi, ulardan buyurtmalar qabul qiladi, ularning o'z vaqtida bajarilishini nazorat qiladi.

Shunday qilib, murakkab va kompleks uskunalarni etkazib berish ishtirok etuvchi ma'lum guruh firmalari orasida tizimli aloqa o'rnatilishini nazarda tutadi. Bunday amaliyot sanoat ob'ektlarini yaratilishi, ishga tushirish jarayonida eksport qiluvchi va import qiluvchi o'rtasidagi mustahkam aloqalarni vujudga kelishiga yordam beradi. Bunday aloqalar ko'pgina rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda, jumladan, Hindiston, Braziliya, Argentina, Meksika mamlakatlarida keng tarqalmoqda.

Zamonaviy sharoitlarda firmalararo aloqalarning turli shakllari keng tarqalgan, xususan:

- qo'shma ilmiy faoliyat;
- iste'molchilarning texnik maslahatlari;
- buyurtmachilarning va mahsulotlarning yangi ko'rinishlari va ularning namunalarini ishlab chiquvchilarning yangilik kiritish jarayonida tashabbuskor sifatida ishtirok etishi;
- bozor sinovidan o'tgan yangi texnologiyalar, kichik firma-navatorlar tomonidan ishlab chiqilgan yangi mahsulotga yirik firmalar tomonidan litsenziya olish yo'li bilan yirik va mayda firmalarning ishlab chiqarishini kooperirlashtirish.

Xaridorlar bilan firmalararo to'g'ri aloqaning mavjudligi sanoat kompaniyalariga bozor bilan mustahkam aloqa o'rnatish, xaridorlar ehtiyoji va talablarini yaxshiroq o'rganish, o'z qobiliyatlarini ishlab chiqarish dasturlaridagi aniq iste'molchi talablariga tezda moslashtirish imkonini beradi. Bu zamonaviy

sharoitlarda jahon bozorida raqobat kurashining kuchayishida muhim ahamiyatga ega.

Tovarlarning xalqaro oldi-sotdi shartnomasi haqidagi konventsiya

Tovarlarning xalqaro oldi-sotdi shartnomasi haqidagi Birlashgan Millatlar Tashkiloti (BMT) konventsiyasi – xalqaro savdo huquqi bo'yicha (YUNSITRAL⁴ – 1966 yilda tashkil etilgan) BMT komissiyasi tomonidan imzolangan, xalqaro oldi-sotdi bitimlarini unifikatsiya qilish maqsadida, shuningdek, milliy qonunchilikdagi jiddiy ixtiloflarni bartaraf etish imkonini beruvchi shartnomalarning imzolanishi va bajarilishining yagona boshqaruvini tashkil etish uchun ishlab chiqildi.

Xalqaro oldi-sotdi shartnomalari bo'yicha BMT konventsiyasi 1980 yilda (1978 yil 16 dekabrda BMT Bosh Assambleyasi rezolyutsiyasiga muvofiq) tovarlarning xalqaro oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha BMT konferentsiyasida qabul qilindi. Konferentsiya Venada bo'lib o'tdi, shuning uchun ham bu konventsiya Vena konventsiyasi nomini oldi. Konferentsiyada 62 mamlakat ishtirok etdi, shu jumladan, 22 ta sanoati rivojlangan, 30 ta rivojlanayotgan Sharqiy Evropa mamlakatlari, SSSR, Yugoslaviya, XXR mamlakatlari qatnashgan.

Konventsiya ishtirokchilari 30 mamlakatdan iborat.

Vena konventsiyasining maqsadi – tovarlar xalqaro oldi-sotdisini boshqaruvchi milliy qonunchiliklarni soddalashtirishga yordamlashishdan iborat. Xalqaro amaliyotda shartnoma shartlarini shakllantirishda Konventsiya Nizomidan foydalanish mumkin. Bunda ular milliy qonunchilik me'yorlariga zid bo'lmagan holda Konventsiya ishtirokchi – mamlakatlari o'rtasidagi xalqaro oldi-sotdisi shartnomalarinigina emas, shuningdek, Konventsiyada ishtirok etmayotgan davlatlarning Konventsiya shartlari bo'yicha shartnomalar ham imzolanishi mumkin.

Tovarlarning xalqaro oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha Vena Konventsiyasi:

- tovarlarning xalqaro oldi-sotdisi shartnomalarini imzolash va ulardan foydalanishning umumiy ko'rinishini tashkil qiladi va, asosan, milliy qonunchilikdagi kelishmovchiliklarni bartaraf etish imkonini beradi;

- tijorat muzokaralarining tezlashishi, engillashishi va arzonlashishini muvofiqlashtiradi, bu bilan xorijiy qonunchiliklar va ularni amaliyotga qo'llash zarurati yo'qoladi;

- shartnoma tomonlarining huquq va majburiyatlarini bir xilda tushunish uchun dastlabki zamin yaratadi;

- kuchli hamkorlar bilan kuchsiz tomonlarning bir-birlari bilan shartnoma tuzishlariga yo'l qo'ymasliklari uchun yordamlashadi, bu esa xalqaro savdoda tengsiz diskriminatsion munosabatlarning bekor qilinishi uchun muhim ahamiyatga ega;

- shartnoma bo'yicha xaridor va sotuvchining asosiy majburiyatlarini aniqlaydi;

- Konventsia ishtirokchilari bo'lmagan davlatlarga tegishli tomonlar o'rtasidagi baxslar yuzaga kelishi hollarida shartnoma ob'ektlari (predmet) va sub'ektlari (shartnoma tomonlari) bo'yicha munosabatlarni tartibga soladi;

- oldi-sotdi ob'ektlari faoliyatining ro'yhatini tuzadi;

- oldi-sotdi shartnomalarining Konventsiyada qo'llanilmaydigan belgilarini aniqlaydi.

Vena konventsiyasi 101 moddani o'z ichiga olgan 4 qismdan iborat:

I qism. Qo'llanish doirasi va umumiy nizomlar.

II qism. Shartnomani imzolash.

III qism. Tovar oldi-sotdisi.

IV qism. Tugallanish holati.

Xalqaro oldi-sotdi shartnomalariga qo'llaniladigan huquq haqida konventsia (Gaaga konventsiyasi deb ham nomlanadi).

Bu konventsia xalqaro oldi-sotdi shartnomalarini imzolash va bajarish tartibini unifikatsiya qilishda muhim ahamiyatga ega. Yangi Gaaga konventsiyasi 1985 yil oktyabrda tuzilgan xalqaro shaxsiy huquq bo'yicha Gaaga

konferentsiyasining favqulotda sessiyasida imzolash uchun taqdim etilgan va ochilgan.

Sessiya ishida 62 ta mamlakat ishtirok etgan: SSSR, barcha sharqiy Evropa mamlakatlari, SFRYu va XXR. Ularning barchasi deyarli rivojlangan mamlakatlar, 30 tasi Osiyo, Afrika va Lotin Amerikasining rivojlanayotgan mamlakatlaridir.

1985 yildagi Gaaga konventsiyasi 1955 yildagi Gaaga konventsiyasini qayta ko'rib chiqish maqsadida o'tkazildi. Oldingi konventsiya 9 mamlakatda xarakatlandi va uni ingliz-sakson huquqi tizimidagi mamlakatlar konventsiyasi deb atay boshlashdi. Bundan tashqari, 1955 yildagi Gaaga konventsiyasi xarakatdagi barcha «xalqaro xarakterga ega» faoliyatlar oldi-sotdisi uchun qo'llanilgan edi.

Yangi Gaaga konventsiyasi 1980 yildagi Vena konventsiyasiga qo'shimcha ravishda ishlab chiqildi. U huquqni aniqlovchi ayrim kollizion qonunlarni unifikatsiya qilish haqidagi Nizomni ishlab chiqdi.

Yangi Gaaga konventsiyasi universal xarakterga ega. Unda ko'p mamlakatlar qonunchiligida qo'llanilib kelinayotgan ma'lum holatlar ham aks etgan. Masalan:

- Rossiya savdo hamkorlariga tegishli qonunlarda belgilangan huquqiy me'yorlardan unumli foydalanish milliy tashqi iqtisodiy manfaatlarni himoyalashni ta'minlashi mumkin.

Gaaga konventsiyasining asosiy nizomlari quyidagilardan iborat:

- tovarlar oldi-sotdi shartnomalarining Vena xalqaro konventsiyasiga o'xshash xarakterini aniqlash;
- xalqaro oldi-sotdi tovarlari alohida ko'rinishlarini iste'mol doirasidan chiqarish (shaxsiy ehtiyoj tovarlari);
- auktsion, birja va elektroenergiya tovarlarini (Vena konventsiyasidan farqli ravishda) kiritish;
- Shartnomani tartibga solishda qo'llaniladigan qonun-qoidalarini aniqlash. Oldi-sotdi shartnomasi tomonlar tanlangan qonunlar bilan tartibga solinadi. Bunda tomonlarning kelishuvi to'g'ri aks ettirilishi va shartnoma shartlarining ochiq-oydin ko'rsatib berilishi hamda tomonlarning intizomi to'g'ri belgilanishi kerak. Bunda tomonlar shartnomaning barcha qoidalariga bo'ysunishi lozim. Konventsiyada

umumiy qonunlar ham o'rnatilganki, agar tomonlar ma'lum qonunlarni qabul qilmagan bo'lsalar, oldi-sotdi shartnomasi davlat qonunchiligi asosida tartibga solinadi. Bunda sotuvchi shartnoma imzolanishi davrida o'z tijorat korxonasiga ega bo'lishi lozim. Xaridor mamlakati qonunlaridan foydalanishda shartnoma quyidagi holatlarni nazarda tutadi: agar muzokaralar o'tkazilgan va shartnomani xaridor mamlakatida ishtirok etmayotgan tomon imzolangan bo'lsa; agar shartnomada sotuvchining xaridor mamlakatiga tovar etkazib berish bo'yicha majburiyatlarni bajarishi shartligi ko'rsatilgan bo'lsa; agar shartnoma savdo xaridorlari e'lonlari natijasida imzolangan bo'lsa.

Oldi-sotdi shartnomasida qo'llaniladigan qoidalar Gaaga konventsiasiga muvofiq qolda quyidagilarni nazorat qiladi:

- shartnoma izohi;
- tomonlarning huquq va majburiyatlari;
- xaridorning ma'lum huquqlarga ega bo'lish vaqi va tovardan olinadigan daromadlar;
- mulkchilik huquqini saqlash haqida izohlarning tomonlar uchun haqiqiyliqi va uning natijalari;
- shartnomaning bajarilmasliqi natijasi;
- da'vo muddati va shartnomaning haqiqiy emasliqi natijasi;
- majburiyatlarni qoplash usullari;
- bunday shartnomalar uchun kollizion me'yorlardan foydalanilgan boshqa xalqaro bitimlar ishtirokchi-davlatlariga tegishli tomonlar o'rtasidagi oldi-sotdi shartnomalari munosabatlarida Konventsiani qo'llamaslik.

1.4. Kontragentlarning xalqaro tijorat operatsiyalari sub'ektlari sifatidagi tasnifi

Xalqaro savdodagi kontragentlar tovarlar oldi-sotdisi yoki ko'rsatilgan turli xizmatlar bo'yicha shartnomadagi tomonlar hisoblanadi.

Jahon bozorida ishtirok etuvchi kontragentlar faoliyatning maqsadi va xarakteridan qat'iy nazar to'rt toifaga bo'linadi:

- firmalar;
- tadbirkorlik ittifoqlari;
- davlat organlari;
- BMT xalqaro iqtisodiy tashkiliy tizimi tashkilotlari.

Xalqaro tijorat operatsiyalarining eng ko'p qismi firmalar tomonidan amalga oshiriladi.

Jahon amaliyotida firmalar

Jahon amaliyotida «firma» atamasi tijorat maqsadini ko'zlovchi kontragentlarga nisbatan shartli ravishda qo'llaniladi.

Firma deganda, daromad olish maqsadida savdo, qurilish, transport, qishloq xo'jaligi va boshqalar doirasidagi xo'jalik faoliyatini amalga oshiruvchi korxona tushuniladi. Har bir firma o'ziga ma'lum bir nom tanlaydi va shu nom ostida o'z mamlakati savdo reestridan ro'yhatdan o'tadi. Firma nomi bir kishi yoki bir necha firma egalarining ismi-familiyasi bilan atalishi mumkin. Firmalarning nomlanishi xatlar, hisobotlar, muhrlar, savdo belgisi va reklamalarda aks etadi. Firma nomiga firmaning huquqiy holati aks ettirilgan ko'rsatma qo'shib ko'rsatilishi shart. Masalan, aktsionerlik jamiyati bo'lgan firma nomiga albatta, «aktsionerlik jamiyati» degan nom qo'shib yozilishi shart.

Jahon bozoriga kirayotgan firmalar quyidagi xususiyatlari bilan farqlanadi:

- xo'jalik faoliyati ko'rinishi va bajargan operatsiyalari bo'yicha;
- huquqiy holati bo'yicha;
- mulkchilik xarakteri bo'yicha;
- kapital ulushi va nazorat bo'yicha;
- faoliyat doirasi bo'yicha.

Tadbirkorlik ittifoqi, ularning ko'rinishlari va xalqaro tijorat operatsiyalarini amalga oshirishdagi xarakteri

Tadbirkorlar ittifoqi – alohida uyushgan biznesmenlar guruhidir.

Firmalardan farqli ravishda, ularning maqsadi daromad olishga emas, balki davlat organlaridagi biznesmenlarni o'z guruhlariga kirishga qiziqtirish va xususiy tadbirkorlarga ularning eksportlarini kengaytirishda yordam ko'rsatishdan iborat.

Tadbirkorlik ittifoqlari uyushma, federatsiya, kengash va boshqalar shaklida bo'ladi. Xarakteriga ko'ra, ular biznesmenlarni sanoatning bir tarmog'iga birlashtiruvchi tarmoq ittifoqlariga va faoliyati turi bo'yicha tadbirkorlar kengashiga ajratiladilar. Tarmoq ittifoqlari sanoatning bir tarmog'i tadbirkorlarini yoki bir mahsulot ko'rinishini ishlab chiqaruvchi tadbirkorlarni birlashtiradilar. Faoliyat turi bo'yicha tadbirkorlik ittifoqlari – bu sanoat, savdo, turistik va boshqa firmalar uyushmalaridir.

Tadbirkorlik ittifoqlarining katta qismi xalqaro tijorat operatsiyalarini bevosita amalga oshirmaydilar va tashqi bozorda kontragent sifatida ishtirok etmaydilar. Lekin bir qator mamlakatlar, xususan, Skandinaviya mamlakatlarida tadbirkorlarning tarmoq kengashlari nafaqat ishtirokchi-firmalar topshirig'i bilan katta hajmdagi xalqaro operatsiyalarni amalga oshiribgina qolmay, balki tashqi bozorda alohida tovar ko'rinishlarining yagona etkazib beruvchisi sifatida ham ishtirok etadi va bu tovarlar eksportida monopol huquqiga ega bo'ladi. Masalan, Finlandiyada o'rmon-qog'oz sanoati mahsulotlari eksportini shunday monopoliya huquqiga ega bo'lgan to'rt tadbirkorlik ittifoqlari amalga oshiradi. Jahon bozoridagi kontragentlar sifatida Finlandiya, Frantsiya, Kanada va boshqa mamlakatlarning tarmoq ittifoqlari ishtirok etadilar.

Tashqi bozorlarga chiqish huquqini olgan davlat organi va tashkilotlari

Davlat organlar va tashkilotlar jahon bozorida ishtirok etuvchi kontragentlarning uchinchi toifasiga kiradi. Davlat firmalaridan farqli ravishda ular, odatda, tijorat maqsadlarini ko'zlamaydilar. Jahon bozorlaridagi tijorat operatsiyalarida ma'lum mamlakatlar xokimligining maxsus ruhsatnomasini olgan vazirlik va idoralar ishtirok eta olishlari mumkin. Masalan, AQShda jahon bozoriga chiqish huquqidan strategik materaillarni qayta sotish va xarid qilishni amalga

oshiruvchi, shuningdek, tashqi bozorda AQSh davlati zaxiralaridan kumush savdosini amalga oshiruvchi davlat mulki boshqarmasi foydalanadi; Angliyada – bu huquqdan savdo va sanoat vazirligi foydalanadi; Hindistonda – mudofaa vazirligi va qishloq xo'jaligi vazirligi tomonidan qishloq xo'ligi mahulotlarining 90% importi amalga oshiriladi.

Tashq bozorga chiqsh huquqidan foydalanuvchi davlat tashkilotlarining ko'p qismi mustaqil rivojlanish yq'lida turgan rivojlanayotgan mamlakatlarga to'g'ri keladi. Masalan, Argentinada don eksporti don bo'yicha Milliy qo'mita orqali, go'sht esa go'sht bo'yicha Milliy qo'mita orqali amalga oshiriladi.

Aljir, Shri-Lanka va boshqa rivojlanayotgan ko'pgina mamlakatlarning davlat organlari tashqi bozorga chiqish huquqiga ega.

Davlat organlari va idoralar boshqa tijorat operatsiyalar: ilmiy-texnik almashinuv hamda ijara operatsiyalarida ham kontragentlar sifatida ishtirok etadilar.

Jahon bozorida tovarlar va xizmatlar oldi-sotdisi bo'yicha kontragent sifatida ishtirok etadigan BMT tizimidagi xalqaro organlari

BMT tizimidagi xalqaro tashkilotlar jahon bozoridagi tovar va xizmatlarning yirik xaridorlari sifatida ishtirok eta boshladilar.

Investitsiya ob'ektlari qurilishini amalga oshiruvchi tashkilotlarga PRBMT va YuNIDO lar kiradi.

PRBMT (1966 yildan faoliyat yurita boshlagan) ko'ptomonlama iqtisodiy va texnik yordam ko'rsatish bo'yicha tezkor faoliyatni moliyalashtirish maxsus fondiga ega. PRBMT moliyalashtirish fondi BMT doirasidagi texnik hamkorlik tizimi ishtirokchi-davlatlarining maqsadli ko'ngilli badallaridan shakllanadi. PRBMT vositalarni texnik yordamga yo'naltiruvchi va hajmni tartibga soluvchi bu tizimning bosh organi hisoblanadi. Ishtirokchi-davlatlar badallari summasi hisobiga texnik yordam dasturlari uskuna va materiallar etkazib berishni amalga oshirishi mumkin. PRBMTning pul mablag'lari texnik yordam oluvchi mamlakatlar orasida taqsimlanadi. Ajratilgan summa doirasida muvofiq mamlakatlar hokimiyatlari iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish doirasidagi eng dastlabki ehtiyojlarni aniqlaydilar va

taklif etilgan mablag'lar yordamida bajarilishi zarur bo'lgan texnik loyihalar ro'yhatini ishlab chiqadilar. PRBMT texnik yordamni asosan, investitsiya oldi ishlarni bajarishga yo'naltiradi, qurilish esa yordam qabul qilayotgan mamlakatlar hisobidan amalga oshiriladi. Keyingi yillarda PRBMTning o'zi rivojlanayotgan mamlakatlarda moliyalashtirish va yirik sanoat ob'ektlarini qurish ishlarini amalga oshira boshladi (10 mln. doll.dan yuqori summada). Bunday hollarda PRBMT rivojlanayotgan mamlakatlar davlat tashkilotlari va xususiy firmalari bilan imzolangan pudrat shartnomasi sharoitlaridagi «texnik yordam loyihalarini» bajarishni o'z zimmasiga oladi.

Ko'p hollarda loyihalarni bevosita bajaruvchilar sifatida BMT tizimining boshqa ixtisoslashtirilgan tashkilotlari ishtirok etadilar: YUNIDO, YUNKTAD, YUNEP (atrof muhitni himoya qilish bo'yicha BMT dasturi), YUNESKO, FAO, MOT (xalqaro mehnat tashkiloti). Bu tashkilotlar pudrat, «pod klyuch» ob'ektlarni qurishda taklif etiladigan xizmatlar majmuining ixtisoslashtirilgan inijiring firmalari bilan imzolangan tijorat shartnomalari asosida bajaradi. PRBMT mablag'lari hisobiga qurilgan ob'ektlar oldindan kelishilgan shartlarda texnik yordam oluvchi mamlakatlar xokimligiga beriladi.

Qisqa xulosalar

Xalqaro tijorat ishi – moddiy qimmatliklar va xizmatlarni xalqaro almashtirishga xizmat qiladigan, xalqaro tijorat operatsiyalarini tashkil qilish va yuritish texnikasi bilan bog'liq nazariy va amaliy bilimlarning alohida doirasi hisoblanadi. Almashtiruv amalga oshirilishi uchun bir-biriga bog'liq ma'lum xarakatlarni amalga oshirish kerak.

Xalqaro tijorat operatsiyalarini ikkiga bo'lish mumkin: asosiy va ta'minlovchi. Asosiy tijorat operatsiyalariga operatsiyalarning bevosita ishtirokchilari o'rtasida amalga oshiriladigan operatsiyalar kiradi, ta'minlovchiga esa tovarning sotuvchidan xaridorgacha bo'lgan xarakati bilan bog'liq operatsiyalar kiradi.

Xalqaro savdo bitimlari, deganda turli mamlakatlardagi ikki yoki bir necha tomonlarning etkazib beriladigan tovarlarning belgilangan miqdor va sifat birligidagi

yoki tomonlarning kelishilgan shartlariga muvofiq, ko'rsatiladigan xizmatlar shartnomasi (kelishuvi) tushuniladi.

Xaridorlar bilan firmalararo to'g'ri aloqaning mavjudligi sanoat kompaniyalariga bozor bilan mustahkam aloqa o'rnatishga, xaridorlar ehtiyoji va talablarini yaxshiroq o'rganish, o'z qobiliyatlarini ishlab chiqarish dasturlaridagi aniq iste'molchi talablariga tezda moslashtirish imkonini beradi. Bu zamonaviy sharoitlarda jahon bozorida raqobat kurashining kuchayishida muhim ahamiyatga ega.

Xalqaro savdodagi kontragentlar tovarlar oldi-sotdisi yoki ko'rsatilgan turli xizmatlar bo'yicha shartnoma munosabatlardagi tomonlar hisoblanadilar. Jahon bozorida ishtirok etuvchi kontragentlar faoliyatning maqsadi va xarakteridan qat'iy nazar to'rt toifaga bo'lish mumkin: firmalar, tadbirkorlik ittifoqlari, davlat organlari (vakilliklar va vedomostlar) va BMT xalqaro iqtisodiy tashkiliy tizimining tashkilotlari. Xalqaro tijorat operatsiyalarining eng ko'p qismi firmalar tomonidan amalga oshiriladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. «Xalqaro tijorat ishi» va «xalqaro tijorat operatsiyalari» tushunchalarining mazmunini tushuntiring.
2. Xalqaro tijorat operatsiyalarining turlari qanday?
3. «Xalqaro savdo bitimlari» tushunchasining mazmunini tushuntiring.
4. Xalqaro savdo bitimlarining xarakterli jihatlari nimadan iborat?
5. Tovarlarning xalqaro oldi-sotdi shartnomasi haqidagi konventsiya haqida nimalar bilasiz?
6. Kontragentlarning xalqaro tijorat operatsiyalari sub'ektlari sifatidagi tasnifi qanday?
7. Jahon amaliyotida firmalar qanday faoliyat olib boradi?
8. Tadbirkorlik ittifoqi, ularning ko'rinishlari va xalqaro tijorat operatsiyalarini amalga oshirishdagi xarakteri qanday?

9. Tashqi bozorlarga chiqish huquqini olgan davlat organi va tashkilotlari qanday faoliyat olib boradi?
10. Jahon bozorida tovarlar va xizmatlar oldi-sotdisi bo'yicha kontragent sifatida ishtirok etadigan BMT tizimidagi xalqaro organlari qanday faoliyat olib boradi?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
2. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
3. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
4. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
5. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.- 2008. - 480 с.

2-BOB. BOZOR TADQIQOTLARI: MAZMUNI VA YURITISH USLUBLARI

2.1. Bozor tadqiqotining metodologik asoslari

Bozor tushunchasi va tasnifi

Bozor – o'zida tovar almashinuvini mujassamlashtiruvchi tovar xo'jaligining iqtisodiy toifalaridan biridir. Bozor ishlab chiqarish usuliga muvofiq ravishda ishlab chiqarish munosabatlarida yuzaga keladigan xaridor va sotuvchi iqtisodiy munosabatlarining aniq tizimi bilan xarakterlanadi. Bozor mexanizmining asosiy elementlari *talab, taklif va narx* hisoblanadi. *Talab* – ommaviy ehtiyojlar tuzilmasi va hajmini aks ettiradi va aholining xarid qobiliyati bilan cheklanadi. *Taklif* almashtirish maqsadida bozorga kelib tushgan tovarlar yig'indisini o'zida aks ettiradi. Talab va taklif munosabati bir tomondan, *narx* darajasining shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi, ikkinchi tomondan bozor narxi dinamikasiga bog'liq ravishda tebranib turadi.

Bozordagi tovarga ehtiyoj talab shaklida ishtirok etadi. Uning xajmi asosan, tovarlar hajmi va aholining xarid qobiliyatiga bog'liq bo'ladi. Tovar-pul munosabatlari barcha ehtiyojlarni qondirishni nazarda tutadi.

Bozorni tahlil qilish bozorni tadqiq qilish mumkin bo'lgan tovar muomalasi doirasida rivojlanayotgan barcha jarayonlar, talab va taklif shakllanishiga ta'sir ko'rsatuvchi, tovar ishlab chiqaruvchi va xaridor (sotuvchi va xaridor) o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni aniqlovchi barcha omillarni o'z ichiga oladi.

Bozorni tadqiq qilishda tadqiqot ob'ektini to'g'ri tanlash asosiy rol o'ynaydi. Shunga bog'liq holda bozor tasnifini yaxshi o'rganish zarur. Bu tasnif asosida tovar almashinuvi xarakteri tamoyillari va uni qamrab oluvchi chegaralar aniqlanadi. Tovar almashinuvi xarakteri deganda, almashinuv ob'ektlari va almashinuv ishtirokchilari o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar tushuniladi.

Bozorning yuqorida keltirilgan tamoyillariga muvofiq ravishda quyidagi belgilari bo'yicha tasniflash mumkin:

- **Tovar tarmoqlari bo'yicha almashinuv ob'ekti sifatida.**

Bunday bozorlar tovar bozorlari deb ataladi va o'zida ishlab chiqarish xarakterining ma'lum belgilarini qamrab olgan, u yoki bu ehtiyojni qondirishga xizmat qiladigan tovar guruhlari yoki aniq tovar bozorini qamrab oladi (masalan, poyabzal bozori, qora metallar bozori, avtomobillar bozori, xom ashyo tovarlari bozori).

- **Almashinuv ob'ekti va qamrab olgan chegaralari bo'yicha.**

Asosan, mamlakat va hudud tarmoqlariga tegishli bo'lib, mamlakat tovar bozorlari va hudud tovar bozorlari deb nomlanadi hamda biron bir mamlakat va hudud tarmog'idagi aniq tovar va tovarlar guruhini qamrab olishi mumkin. (masalan, Yaponiyaning maishiy elektrotexnika bozori, Italiya poyabzal bozori).

- **Xalqaro tovar almashinuvi doirasi va almashinuv ob'ekti tarmog'i bo'yicha.**

Bunday bozorlar xalqaro tovar bozorlari deb ataladi, ularning ob'ektlari aniq tovarlar va tovar guruhlari bo'lishi mumkin. Xalqaro tovar bozorlari o'zida milliy bozorlar yig'indisini mujassamlashtiradi. Ularning ishtirokchilari orasidagi iqtisodiy munosabatlar asosida xalqaro mehnat taqsimoti yotadi.

- **Tovar almashinuvi doirasining milliy chegaralarga munosabati bo'yicha.**

Bozorlar ichki (mahalliy) va tashqi (xorijiy) bo'ladi. *Ichki bozor* ma'lum mamlakat chegaralaridagi tovar almashinuvi doirasini qamrab oladi. Uning ishtirokchilari mahalliy tadbirkorlar va firmalar, shuningdek, boshqa mamlakatlar tashkilotlari bo'lishi mumkin. *Tashqi bozor* ma'lum mamlakat milliy chegarasidan chiqqan tovar muomalasining barcha doirasini qamrab oladi. Xalqaro bozor, mamlakat bozorlari, xalqaro tovar bozorlari faqatgina ma'lum bir mamlakat uchun tashqi bozor (xorijiy) hisoblanadi.

- **Tovar almashinuvi ob'ektining xarakteri bo'yicha.**

Tovar almashinuvi doirasidan qat'iy nazar, tovar va xizmat bozorlari, kapital bozori, ishchi kuchi bozori, qimmatli qoqozlar bozorlari farqlanadi.

- **Bozordagi talab va taklif darajasi va xarakteri bo'yicha.**

Xaridor va sotuvchi bozorlari farqlanadi. Talabning taklifdan oshib ketishi sotuvchi bozorini yuzaga keltiradi, aksincha taklifning talabdan oshib ketishi xaridor bozorini keltirib chiqaradi.

Sotuvchi bozori taklif etilayotgan tovarning miqdori va turining cheklanganligi, tovar tanqisligi bilan xarakterlanadi.

Xaridor bozori sotuvchilar o'rtasidagi raqobatni kuchaytiradigan, turli ishlab chiqaruvchilar tomonidan chiqarilgan tovarlarning keng turlarining mavjudligi bilan xarakterlanadi. Zamonaviy xalqaro bozor – sanoati rivojlangan mamlakatlar tovar bozorlari o'tkir monopolistik raqobat va bozorga kiruvchi mahsulotning intensivligini, uning sifatini, texnik darajasini oshirishni rag'batlantiruvchi iste'molchi uchun kurash mavjud bo'lgan xaridor bozorlari sifatida xarakterlanadi.

- **Xaridor va sotuvchi o'zaro munosabatlari xarakteri bo'yicha.**

Erkin, yopiq va boshqariluvchi bozor turlari farqlanadi.

Erkin (ochiq) bozorlarda kontragentlar orasida tijorat bitimlarini imzolash uchun cheklovlar mavjud emas. Turli tovarlar savdosida erkin bozorlar ulushi bir xil emas. Masalan, jahon neft bozorida u 70% ni tashkil qiladi, temir rudasi jahon bozorida esa 30%, shakar bozorida 30% ni tashkil qiladi.

Berkutilgan (yopiq) bozorlar deganda, odatda, xalqaro tovar aylanmasining 40% ga yaqinini tashkil etuvchi TMK ichki korporatsiya o'tkazmalarini amalga oshirishi nazarda tutiladi.

Boshqariluvchi bozorlar deganda, xalqaro tovar kelishuvlari jarayonida barqarorlashuvga yo'naltirilgan bozorlar tushuniladi.

- **Tovar almashinuvinining ob'ektlari va uslubi bo'yicha.**

Xalqaro vositachilik bozorlari farqlanadi: tovar birjalari, auksionlar, aniq sifat xarakter va xususiyatlariga ega tovarlar oldi-sotdi bitimlari amalga oshiriladigan savdolar (torglar). *Tovar birjalarida* bir xil belgili, sifat jihatidan biri-birini to'ldiruvchi tovar bitimlari amalga oshiriladi. *Auksionlarda* esa, individual belgilarga ega bo'lgan tovar bitimlari imzolanadi. *Savdolarida* mashina va uskunalar, tovarlarning qat'iy kelishilgan dastlabki texnik-iqtisodiy xarakterini talab qiluvchi

komplekt ob'ektlarning noyob va murakkab ko'rinishlari bo'yicha bitimlar imzolanishi nazarda tutiladi.

Birja va auksionlarda, odatda, savdo vositachilik firmalari orqali bitimlarni imzolashni nazarda tutuvchi egri uslubdan foydalaniladi. Bunday bozorlarda bitimlarni imzolash narx darajasini aniqlashda baxslashish uslubidan foydalanishni nazarda tutadi. Birja va auksionlarda bitimlar shartnomaning foydali shakllarini taklif etuvchi xaridorlar bilan imzolanadi.

Birja, auksion va savdo (torg) lar ishtirokchilar va tashkilotchilar tarkibidan qat'iy nazar mahalliy, milliy va xalqaroga ajratiladi.

Tovarlarning vazifasi, muddati, tayyorlanishi va iste'moli xarakteri bo'yicha tasniflash

Yuqoridagi tasniflashga qo'shimcha ravishda va unga bog'liq bo'lmagan holda tovarlar quyidagi ko'rinishlarga bo'linadi:

- **vazifasi bo'yicha:** iste'mol talabini qondiruvchi tovarlar va ishlab chiqarish talabini qondiruvchi tovarlar;
- **foydalanish muddati bo'yicha:** qisqa muddat foydalaniladigan va uzoq muddat foydalanish uchun mo'ljallangan tovarlar;
- **tovarning vazifasi va narxi bo'yicha:** kundalik ehtiyoj tovarlari, tanlov talabi tovarlari, nufuzli tovarlar, dabdabali (roskish) predmetlar.
- **ehhtiyoj xarakteri va qayta ishlash darajasi bo'yicha:** xom ashyo, yarim tayyor mahsulotlar, tayyor mahsulotlar, oraliq maqsulotlar (komplekt mahsulotlar, qismlar, detallar);
- **tayyorlanish usuli bo'yicha:** standart va noyob mahsulotlar.

Iste'mol tovarlari shaxsiy, individual va oilaviy ehtiyojlar uchun mo'ljallangan bo'ladi. Ularga haddan ziyod keng nomenklaturali va ko'p turli (assortimentli) mahsulotlar: engil avtomobillar, maishiy sovutgichlar, televizorlar, radiopriemniklar, kir yuvish mashinalari va boshqalar kiradi.

Ishlab chiqarishga mo'ljallangan tovarlardan boshqa tovarlarni ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladi va ishlab chiqarishning ma'lum spetsifikasini (texnik uskunarlar) aniqlaydi yoki umumiy vazifa (elektrovdigatellar, motorlar,

kranlar va boshqalar)ga ega bo'ladi. Bu toifaga transport vositalari, ishlab chiqarish jarayonida qo'llaniladigan transport qurilish vositalari kiradi.

Qisqa muddat foydalaniladigan tovarlarga bir marta foydalaniladigan (go'sht, shakar) yoki qisqa muddat davomida foydalaniladigan (kiyim-bosh, poyabzal) mahsulotlari kiradi. Uzoq muddat foydalaniladigan tovarlarga muzlatkichlar, televizorlar, avtomobillar kiradi.

Kundalik ehtiyoj tovarlariga iste'molchiga sifat tavsifi, tovar belgisi, narxi oldindan ma'lum, masalan, yoq, tamaki, kir yuvish kukuni kabi mahsulotlarni kiritish mumkin. Tovarlarining tanlovi bo'yicha tasniflash o'xshash tovarlarning ehtiyojni qondirish darajasi, sifat va narx darajasi, dizayni va sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatilishini qiyoslash orqali yuzaga keladi. Nufuzli tovarlar yuqori komfortlilik, moda bilan aniqlanadigan noyob xususiyatlarga ega bo'ladi. Dabdabali predmetlar oltin, brilliant, qimmatbaho toshlar va boshqalar katta pul mablag'lariga ega bo'lgan shaxslarning individual ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladi.

Standart mahsulotlar noyob mahsulotlardan farqli ravishda, noma'lum oxirigi iste'molchilar uchun chiqariladi. Noyob mahsulotlar xaridorning oldindan buyurtma berishi asosida ishlab chiqariladi.

Bozorda aylanuvchi tovarlar nomenklaturasi bojxona statistikasida hisobga olinadi va tarmoq belgilari bo'yicha hisobga olinadi. Hozirgi vaqtda ko'pgina mamlakatlar gormonlashtirilgan tizim nomenklaturasidan foydalanadi.

Mahsulotning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari

tavsifi

Mahsulotning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari tovar xususiyatining miqdoriy tavsifini beradi va tovar raqobatbardoshligini aniqlashda qo'llaniladi.

Texnik ko'rsatkichlar mahsulotning texnik darajasini, asosiy qo'llanish doirasini aniqlovchi xususiyatlarini va iste'mol jarayonida mahsulot bajarishi kerak bo'lgan vazifalarni xarakterlaydi. Bunga quyidagi ko'rsatkichlar kiradi: ko'rsatmasi, umidliligi va uzoq muddatliligi, texnologikligi, ergonomikligi va boshqalar.

Mahsulot ko'rsatmasi ko'rsatkichlari ma'lum mamlakatda qo'llanilish shartlariga muvofiq ravishda undan foydalanish imkoniyatini ta'minlovchi mahsulotlarning texnik xususiyatini xarakterlaydi.

- Mahsulot maxsus xususiyatlarini, uning ma'lum tip va ko'rinishga egaligini aniqlovchi tasniflovchi ko'rsatkichlar. Bunday ko'rsatkichlarga samolet, vertolet, avtobus va engil avtomobillar uchun yo'lovchi sig'imi; yuk avtomashinalari, samolet, vertolet va temir yo'llari vagonlarining yuk ko'tarish qobiliyati; elektrodvigatel, elektrotexnika uskunalarining turli tiplari uchun tezlik va quvvatlilikni kiritish mumkin;

- Mahsulot texnik qarorlarining yangiligi va texnik darajasi yangiligini xarakterlaydigan texnik samaradorlik ko'rsatkichlari. Masalan, uskunalarni qayta ishlovchi stanoklar uchun ishlab chiqaruvchanlik, EHM uchun vaqt birligida axborotlarni qayta ishlash xajmi;

- Mahsulot yaratishda qo'llaniladigan asosiy loyihaviy konstruktorlik qarorlari tavsifini beruvchi konstruktiv ko'rsatkichlar. Bunday ko'rsatkichlar mahsulot tasnifi uchun qo'llaniladi. Ulardan foydalanish mahsulot raqobatbardoshligi darajasini baholash uchun cheklangan;

- Mahsulot tarkibi va tuzilmasi, xajmi, og'irligi ko'rsatkichlari mahsulotni bevosita taqqoslash uchun qo'llaniladi.

- Chidamlilik va uzoq muddatlilik ko'rsatkichlari mahsulotni sinab, qo'llab ko'rish natijalari bo'yicha baholanadi va foydalanishning kafolatli muddati oralig'ida ta'mirsiz ishlashi bilan xarakterlanadi. Mahsulotlarning chidamliligi loyihalashtirish bosqichida ko'rib chiqilishi va ishlab chiqaruvchilar tomonidan kafolatlanishi lozim.

- Texnologik ko'rsatkichlar mehnat sig'imi, material sig'imi, mahsulot birligida ishlab chiqarishga ketgan vaqt, materail, xom ashyo xarajatlarini maqbul taqsimlashga shartlashilgan tannarx xususiyatlari bilan xarakterlanadi.

- Ergonomik ko'rsatkichlarda aniq mahsulotdan foydalanish jarayonida yuzaga keladigan inson organizmi xususiyatlari va o'ziga xosliklariga muvofiq keluvchi mahsulot xarakterlanadi. Bunday ko'rsatkichlarga quyidagilarni kiritish

mumkin: gigienik; antropometrik; fiziologik, psixologik va boshqalar. Odatda, bunday ko'rsatkichlarning ahamiyati milliy qonunchilik yoki xalqaro me'yorlar bilan aniqlanadi.

- Estetik ko'rsatkichlar, avvalo, mahsulotning tashqi shakli bilan, uning jozibadorligi, ijobiyligi, aniq xaridor ta'siriga beriluvchanligi bilan xarakterlanadi.
- Ekologik ko'rsatkichlar atrof-muhitni himoyalash va undan oqilona foydalanish doirasidagi xalqaro va milliy tashkilotlar tomonidan belgilangan standartlar, qonunlar, me'yorlar orqali aniqlanadigan atrof- muhitni himoyalash bo'yicha talablarga muvofiq xarakterlanadi. Bunday ko'rsatkichlarning ahamiyati texnik va boshqa milliy reglamentlar bilan aniqlanadi.
- Iqtisodiy ko'rsatkichlar aniq mahsulotni o'zlashtirish va undan foydalanish bilan bog'liq xaridor xarajatlarining qiymatini baholash imkonini beradi.
- Xarid narxi va mahsulotdan tijorat yo'lida foydalanish narxi turli jiddiy tafovutlarga ega. Iste'molchi tovarlari uchun xarid narxidan qisqa vaqt davomida foydalanish mahsulot raqobatbardoshligini aniqlovchi omillar hisoblanadi.

Ishlab chiqarishga mo'ljallangan texnik mahsulot tijorat narxi quyidagi xarajatlarni o'z ichiga oladi: mahsulotning og'irligi, hajmi, qadoqlanishi va saqlanishi, shuningdek, mahsulotlarni foydalanish joyigacha transportirovka qilish uchun xarajatlar; o'rnatish uchun xarajatlar, mahsulotni foydalanishga topshirish; mahsulotdan foydalanish bo'yicha texnik xujjatlashtirish, ishlochlarni o'qitish, foydalanish jarayonida mahsulotga texnik yordam ko'rsatishga ketgan xarajatlar va boshqalar.

Iqtisodiy ko'rsatkichlarga, shuningdek, quyidagilarni kiritish mumkin: etkazib berish shartlari, etkazib berish muddati; xaridor bilan hisob-kitob usullari va ko'rinishlari, jumladan, xaridorga tijorat kreditini taklif etish.

Bozordagi mahsulot sifati va raqobatbardoshligi: ularni aniqlovchi tushuncha va ko'rsatkichlar

Sifat – mahsulot xususiyatlarining yig'indisi bo'lib, u mahsulotlarning xaridorlar ehtiyojlarini qondirish qobiliyati, foydaliligi, o'ziga xos xususiyatlari va vazifasini xarakterlaydi. Mahsulot sifati xom ashyo va materaillar; texnika va fan

rivojlanishi darajasi; qo'llanilayotgan texnologiyaning yangiligi, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil qilish; kadrlar malakasiga bog'liq bo'ladi.

Mahsulotning sifat darajasi mahsulotning texnik darajasi va model sifatidan kelib chiqadi. Masalan, mashina va uskunalar uchun sifat darajasini quyidagilar aniqlaydi: uskunaning ishlab chiqarish quvvati va noyoblighi, modellarni standartlashtirish va unifikatsiya qilish, chidamlilik, foydalanishdagi xavfsizlik va oddiylik, texnik yangiligi, uzoq muddatlilik, ta'mirsiz xizmat qilish muddati.

Mahsulotning foydalanishdagi sifat darajasi quyidagi ko'rsatkichlar bo'yicha xarakterlanadi: kamchiliklar koeffitsienti; texnik nazorat paytida aniqlangan kamchilikni qayta ishlash va eskirishga ketgan xarajatlar; tovarning iste'moli paytida yoki iste'molchi talablarini qondirish xarajatlari.

Mahsulot sifatini baholash quyidagilarni nazarda tutadi: iste'molchilar talablarini mahsulot sifat ko'rsatkichlariga muvofiq holda bajarish; uning sifatini yaxshilashga yo'naltirilgan sharoitni tanlash.

Raqobatbardoshlik deganda, individual iste'molchi talablarini qondirish darajasi, uni xarid qilish va undan foydalanish xarajatlari darajasi bo'yicha o'xshash mahsulotlardan farqlanuvchi mahsulotlar tavsifi yig'indisi tushuniladi.

Mahsulotning raqobatbardoshliligi – yuqori iste'molchilik xususiyatlari va texnik-iqtisodiy parametrlari tufayli raqobatchi firmalar taklif etgan boshqa o'xshash tovarlar guruhidan ajralib turuvchi, xaridorlar tomonidan ajratib tanlangan qobiliyatdir.

Mahsulotning raqobatbardoshliligi aniq bozordagi talabdan foydalanuvchi iste'molchining tovarlarni o'xshash mahsulotlarga qiyoslaganda yuzaga keladi. U xaridorlarning ma'lum ehtiyojlarini qondirish darajasi bilan o'xshash tovarlardan farqlanadi. Iste'molchilarning mahsulotga bo'lgan individual talablari tovarning sotilish narxi va tovar ehtiyoji qiymati kabi ko'rsatkichlar bo'yicha aniqlanadi. Bu xarajatlar summada iste'molchi narxini tashkil qiladi. Tovarning raqobatbardoshliligini aniqlashda iste'molchi narxi xaridorlarning bozorda taklif etilgan boshqa o'xshash tovarlar guruhlari ichidan aynan bir mahsulotni tanlashini aniqlaydi. Bunda iste'molchi mahsulotning iste'mol xususiyatlari bilan uni

o'zlashtirish va undan foydalanish xarajatlari o'rtasidagi muvofiqlikni tahlil qiladi. Iste'molchi xarajat birligida yuqori darajada iste'mol samarasini olishga xarakat qiladi.

Mahsulotdan foydalanish narxi, tahlil qilinayotgan raqobatbardoshlik iste'molchilar tomonidan foydalanilayotgan mahsulotning iste'mol narxi bilan qiyoslanadi. Bunda xarajat birligiga yoki iste'mol narxiga nisbatan foydali samara kattaligi kabi raqobatbardoshlik ko'rsatkichi muhim ahamiyatga ega bo'ladi. Odatda, xaridor foydalanilgan uskunalarni almashtirishni yangi uskuna unga foydali samara birligi qiymatini pasaytirishni ta'minlagan hollarida amalga oshiradi.

Tovarning raqobatbardoshligi ilmiy-texnik jarayon yutuqlari darajasiga, talab tizimining o'zgarishi darajasiga bog'liq. Bozorda bir xil tipdagi mahsulotlarning paydo bo'lishi bilan xaridor iste'mol uchun yuqori foydada kam xarajatni ta'minlaydigan mahsulotni tanlaydi. 70-yillarning o'rtalarida ko'p tovarlarning raqobatbardoshligi energiya sig'imi, metall sig'imi, atrof-muhitni ifloslantirish darajasi kabi omillar hisobi bilan aniqlana boshlangan edi. Engil avtomashinalar raqobatbardoshligi issiqlik tejamkorligi bilan aniqlanadi.

Mahsulot raqobatbardoshligi darajasini aniqlashda texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan birgalikda me'yoriy va patent-huquqiy ko'rsatkichlar ham muhim rol o'ynaydi.

- **me'yoriy ko'rsatkichlar** mahsulotning bir mamlakatda belgilangan majburiy standartlarga muvofiqligini aniqlash uchun qo'llaniladi. Bu ko'rsatkichlarsiz mahsulot bozorga chiqa olmaydi va ishlatilmaydi. Shuning uchun ham mahsulot raqobatbardoshligining me'yoriy ko'rsatkichlarning bittasiga bo'lsa-da, mos kelmasligi boshqa ko'rsatkichlarni foydasiz va keraksiz qilib qo'yadi. Me'yoriy ko'rsatkichlarga quyidagilar kiradi:

- belgilangan qonunchilikka muvofiq, mahalliy ishlab chiqarish detallari va tayyor mahsulot qismlarining ulushi;
- mahsulotning unifikatsiya darajasi va unda standart detallardan foydalanish;

- ko'pgina mamlakatlar qonunchilik aktlarida, shuningdek xalqaro me'yorlar va qonunlarda ko'rib chiqilgan xavfsizlik bo'yicha tadbirlar; mahsulotning xavfsizligi ko'rsatkichlari avariya xollarida, mahsulotdan foydalanish tartibi buzilganida insonni himoyalash nuqtai nazaridan uning xususiyatlarini xarakterlaydi.

- **huquqiy patent ko'rsatkichlar** mahsulotning patent sofligini aniqlaydi va bir bozorda mahsulot sotish uchun to'siqlar borligi yoki yo'qligini ko'rsatadi. Patent sofligining yo'qligi muvofiq bozorda mahsulotlarning raqobatbardosh emasligini ko'rsatadi.

2.2. Bozor tadqiqotining mazmuni

Bozor tadqiqoti marketing tadqiqotining tarkibiy qismi hisoblanadi.

Bozor tadqiqotining asosiy masalalaridan biri – bozordagi tovarlarning talab va takliflari o'rtasidagi maqbul munosabatga erishishdagi sharoitlarni aniqlashdan iborat. Talab va taklifni tahlil qilish bozorda tovarlar ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi munosabat qanday bo'ladi, tahlil qilinayotgan davrda va kelajakda talab va taklif rivojlanishi va shakllanishi tendentsiyasini aniqlash shartlari qanday, degan savollarga javob topish imkonini beradi.

Bozorni tadqiq qilish quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:

- bozorni o'rganish uchun tanlangan bozorning rivojlanish tendentsiyasiga, tuzilmasiga, munosabatlari xarakteriga ta'sir ko'rsatuvchi barcha omillarni o'rganish, tahlil qilish, va baholash;

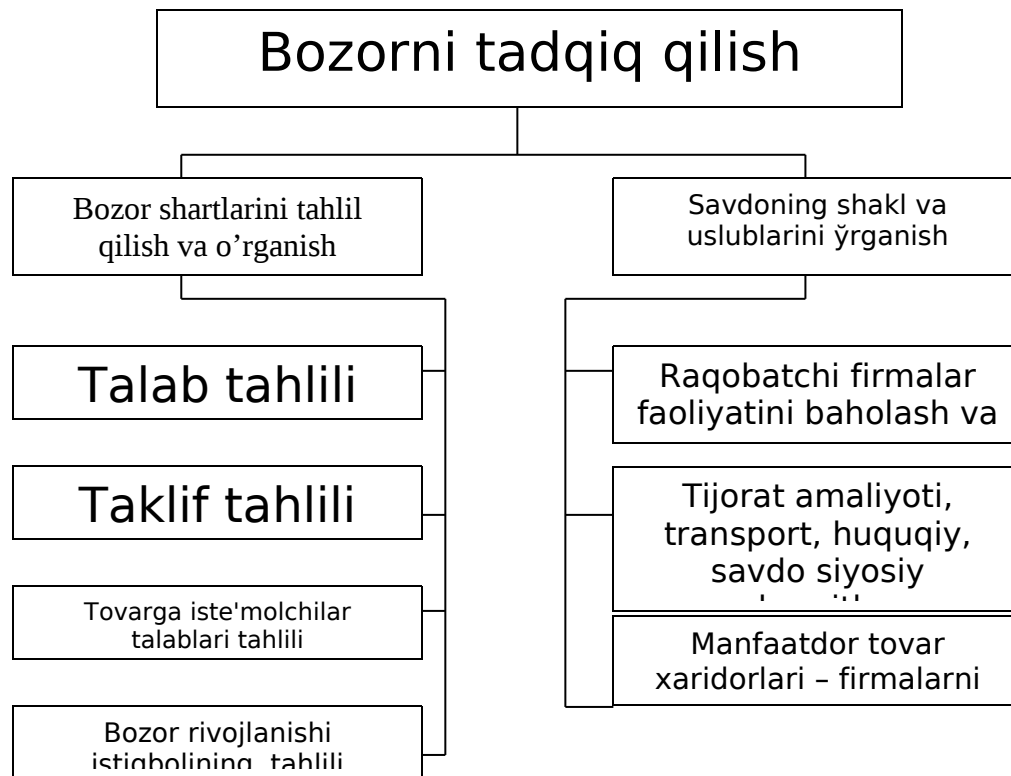
- muvofiq mamlakatlar kon'yunkturasi va tovar bozorlarining muvofiq kon'yunkturasining umumxo'jalik rivojlanishi tendentsiyalari va holatiga o'zaro bog'liq holda bozor sharoitlarini o'rganish.

Bozor tadqiqotining mazmuni uning tuzilmasida o'z aksini topadi va aniq bozor – tadqiqot ob'ektida taxminan nimani tadqiq qilish kerak degan savolga javob beradi.

Bozor tadqiqoti jahon tovar bozorlari, mamlakat tarmoq bozorlari yoki uning aniq segmentlari (tarmoqlari), ichki yoki tashqi bozorlarni qamrab oladi. Shuning

uchun ham, birinchi navbatda, tadqiqot ob'ekti aniqlanadi: tadqiq qilinuvchi aniq tovar va ichki yoki tashqi bozor*.

Bozor tadqiqoti tuzilmasi 1- rasmda berilgan:



Manba: Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. М “Банки и биржа”ЮНИТИ 2001 ,496 с

1-rasm. Bozorni tadqiq qilish.

Talabni tahlil qilish

Talab – tovar muomalasi doirasidagi ehtiyojlarni, pul ekvivalentini ta'minlovchi ehtiyojlarning yuzaga kelishi shaklidir. Talab hajmi tovarlarning narx darajasi va talab to'lov qobiliyatiga bog'liq. To'lov qobiliyatiga ega talab ishlab chiqarish kuchi rivojlanishi darajasini, taqsimlash uslublarini, aholining yashash sharoitlarini aks ettiradi. Talab xarid qobiliyati shaklida ishtirok etadi, lekin uning aynan o'zi bo'la olmaydi.

Shu tarzda talab jamiyat ehtiyojlari tuzilmasi va hajmini aks ettiradi va aholining xarid qobiliyati bilan chegaralanadi.

Talabning rivojlanishi aholining ilgari qondirilmagan ehtiyojlari tovar va xizmatlar bilan qondirila boshlagan lahzadan boshlanadi.

Talab doirasini bir necha davrlarga bo'lish mumkin:

- talabning yuzaga kelishi tarmoqning yoki bir necha firmalarning o'zini tiklashi, bunda ular liderlikka intiladilar va o'zaro raqobatga kirishadilar;
- taklifning ilgarilab ketishi bilan birgalikda talab o'sishining tezlashishi, bunda bozordagi raqobatchilar daromadi orta boradi.
- taklif o'sib ketganida talabning to'yinganligi belgilarining yuzaga kelishi va talab o'sishining pasayishi;
- talab to'yinganlikka etishganida va sezilarli ortiqcha quvvatga ega bo'lganida talabning etukligi;
- talabning so'nib borishi, uzoq vaqtli demografik va iqtisodiy sharoitlari (aholining yoki yalpi milliy mahsulotning o'sish sur'ati pasaygani)da mahsulot talabining eskirish yoki kamayishi bilan talab xajmining pasayishi ro'y beradi.

Talab darajasi, o'z navbatida, tovarning hayotiylik darajasi shartlari va davomiyligi bilan aniqlanadi.

Hayot doirasi boshlanishida, tovar endigina paydo bo'lgan davrda yangi ehtiyojlarning tez rivojlanishi bilan talab o'sishi kuzatiladi. Talab taklifni oshirgan paytda yangi tovarga ehtiyoj etarli darajada qondirilmasa, iste'molchining tovarga yangi talablari ham yuzaga kelmaydi.

Ishlab chiqaruvchi firma tovarning hayotiylik doirasi (tsikli) ustidan doimo kuzatuv olib borishi lozim. Tovarga talabning tushib ketishi davrida uni bozordan o'z vaqtida chiqarish va o'rniga iste'mol xususiyatlari iste'molchi talablarni yuqori darajada qondiradigan yangi tovarlarni chiqarishi lozim. Iste'mol tovarlariga talab darajasiga moda va mavsumiylik jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ularning tebranishi ishlab chiqaruvchilar va savdo firmalari tomonidan doimo hisobga olinadi. Ular mavsum oxirida sotilmagan tovarlarni arzonlashtirilgan narxlarda sotishga xarakat qiladilar.

Mavsumiy arzonlashtirish hajmi aholi talabining to'lov qobiliyati holatiga va narx darajasi tebranishiga bog'liq.

Iste'molchi krediti uzoq muddatda foydalaniladigan tovarlarga talabning rivojlanishida muhim ahamiyatga ega bo'lsa, tijorat krediti ishlab chiqarishga mo'ljallangan tovarlar talabida muhim ahamiyat kasb etadi.

Bozor talabini o'rganishda aniq bozorda mahsulot qanday talablarni qondirishi, u xaridorlar tomonidan qanday qo'llanilishi va qanday doiralarda qo'llanilishi aniq ko'rsatilishi lozim.

Iste'mol talabini tahlil qilish talab holatiga va uning dinamikasiga ta'sir ko'rsatuvchi demografik omillarning, aholi o'sishi tarkibini, aholining geografik bo'linishini o'rganishni talab qiladi.

Aholining xarid qobiliyatini tahlil qilishda aholi daromadlari darajasi, taklif etilgan iste'mol kreditining shartlari va hajmi, aholining ta'lim va kasbiy tarkibi darajasi aniqlanadi. Tovarga talabning miqdoriy ko'rsatkichlari, odatda, tadqiq qilinayotgan davrda tovar iste'moli haqidagi statistik ma'lumotlar asosida aniqlanadi. Agar statistika bunday ma'lumotlarga ega bo'lmasa, ularni ishlab chiqarish, import, eksport ma'lumotlari va mazkur tovar zaxiralari asosida iste'molchi balansini tuzish yo'li bilan hisoblanadi. Bunday ko'rsatkich «Bozor sig'imi» nomini olgan. Ayrim tovarlar uchun, masalan, avtomobillar uchun iste'molni baholash belgilangan vaqt yoki aniqlangan sanada avtomobillar qayd qilinganligi haqidagi ma'lumotlar asosida o'tkaziladi. Axborotlarning ixtisoslashgan manbalari mamlakatlar, firmalar va avtomobil markalari va modellari bo'yicha rejalashtirilgan ma'lumotlar asosida o'tkaziladi. Ular talab tahlilini jiddiy ravishda engillashtiradi.

Talabni, iste'mol hajmi va iste'mol tovarlari bozorining sig'imini tahlil qilishda ishchi va xodimlarning ish haqi haqidagi, boshqaruv xodimlarining daromadlari, soliqqa tortish stavkasi, kvartira to'lovi qiymati va xizmatlarning boshqa turlari, iste'mol tovarlariga narxlar haqidagi ma'lumotlar asosida aholining xarid qobiliyati o'rganiladi.

Tahlil qilishda yangi tovarlar, ularning texnik-iqtisodiy tavsifi, shuningdek, ilmiy-texnik progressning iste'mol tovari holatiga va uning o'sishga ta'siri muhim ahamiyatga ega.

Taklif tahlili

Tovar taklifi tahlilini o'tkazishda quyidagilar asosiy ahamiyatga ega: ma'lum tovar taklifini miqdoriy baholash; taklif tuzilmasi; yangi tovarlarning ahamiyati, yangi va istiqbolli tovarlarning texnik-iqtisodiy tavsifi; turli model va modifikatsiyadagi tovarlarning narx darajasi; firma – bozordagi yirik etkazib beruvchilarning ulushi, ularning ishlab chiqarish imkoniyatlarini baholash; tovarning jahon tovar bozori, jahon xo'jaligi rivojlanishi tendentsiyasi hisobi bilan taklifning kelajakdagi rivojlanishini baholash.

Taklifni miqdoriy baholash ishlab chiqarish va tovarlar importi xaqidagi statistik ma'lumotlar asosida amalga oshiriladi. Bu ma'lumotlar milliy mamlakatlar manbalaridan va xalqaro tarmoq statistikasi nashrlaridan olinadi.

Taklif tuzilmasi o'zlashtirilgan tovar ishlab chiqarishning oshishi va yangi tovarlar hisobiga yangi ehtiyojlar tashkil etilishi va doimiy o'zgarishlar bilan tasdiqlanadi. Ilmiy-texnik taraqqiyotning tez rivojlanayotgan sharoitida yangi tovarlar taklifning katta qismini egallaydi va talabning tuzilishi va hajmiga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ishlab chiqarish ham narx darajasi va talabning to'lov qobiliyatini shakllantirish bilan talabga o'z ta'sirini o'tkazadi.

Firmaning yillik hisobotlari asosida miqdoriy va qiymat ko'rinishida firma tomonidan chiqarilgan aniq tovarlarning miqdoriy ko'rsatkichlari aniqlanadi. Firmalarning yillik hisobotidan va davriy matbuotdan ishlab chiqarishni modernizatsiyalash va ishlab chiqarish quvvatini kengaytirish bo'yicha alohida kompaniyalarning dastur va rejalari haqidagi ma'lumotlar olinadi.

Aniq tovarga taklifni tahlil qilishda muvofiq tovar bozori rivojlanish tendentsiyasi va qolatini o'rganish muhim ahamiyatga ega. Bu zamonaviy sharoitlarda tovarlar nomenklaturasining tez sur'atda kengayishi va tiklanishi bilan shartlanadi. Bu oldingi tovarlarning tez yangilanishi va oldin bozorda bo'lmagan yangi mahsulotlarning ilmiy-texnika asosida yangilanayotganligi bilan bog'liq.

Natijada bozorda iste'molga va ishlab chiqarishga yo'naltirilgan tovarlarning yangi model va modifikatsiyalari miqdori sezilarli darajada kengaydi. Shuning uchun firmalar ilmiy-texnik taraqqiyot rivojlanishi istiqbollarini aniqlash bo'yicha uzluksiz tadqiqotlar olib bormoqdalar. Bular asosan, ishlab chiqarishni avtomatlashtirish, elektronika va boshqa sohalarda yaqqol namoyon bo'ldi.

Bozor sharoitlarni tahlil qilish uchun qo'llaniladigan asosiy ko'rsatkichlar quyidagilar: alohida firmalar va tarmoqlarning asosiy kapitalini tiklash va kengaytirishda kapital qo'yilmasining hajmi; ishlab chiqarish indeksi, mahsulot chiqarish xajmi, tovar zahiralar, alohida firmalar va tarmoqlar bo'yicha buyurtmalar tushishi va buyurtma portfeli; aholi daromadlarini qiyoslash yo'li bilan aniqlanadigan to'lov qobiliyati talabi; bozorga kirgan yangi tovarlarning miqdori va ulushi; narx darajasi miqdoriy ko'rsatkichlari dinamikasi; alohida tovarlar xalqaro savdosining hajmi, dinamikasi va tuzilmasi; mazkur tovarning eksport va import bo'yicha geografik taqsimlanishi; davlatning bozor munosabatlarini tartibga solishga yo'naltirilgan tadbirlari; kredit va soliq siyosati; tadbirkorlik faoliyatiga tashkiliy va moliyaviy yordam ko'rsatish siyosati hisoblanadi.

Iste'molchining tovarga talablari tahlili

Talab tahlilida xaridor unga taklif etilgan tovarlardan o'z ehtiyojiga mos keladiganini tanlab olishidan kelib chiqiladi. Shuning uchun bozorni o'rganishda iste'molchining tovarga talablarini sinchiklab o'rganish juda muhim.

Iste'molchining tovarlarga umumiy talablari ichidan quyidagilarni ajratish mumkin: mahsulotning yangiligi va yuqori texnik darajasi; tayyorlanishining yuqori sifati, foydalanilishining davomiyligi; sotuvdan keyingi texnik xizmat ko'rsatish darajasi va sotuvchi tomonidan taklif etilayotgan xizmatlar xarakteri; mahsulot narxining muvofiq kelishi va undan foydalanishning foydali samarasi.

Maxsus talablarga xaridorlar talablarining ishonchliligi va mahsulotning foylanishdagi engilligi, kamchiliksizligi, pishiqligini ham kiritish mumkin.

Iste'molchi uchun afzallikni tahlil qilishda tovar xarakteri va uning vazifasini hisobga olib tovarni qanday tanlash va uning bahosini qanday ishlab chiqish kerakligini aniqlab olish lozim.

Asbob-uskuna iste'molchilari universal uskunalardan ko'ra, ixtisoslangan uskunalarini afzal ko'radilar. Ular yuqori narxli uskunalarini sotib olishni afzal ko'radilar, chunki bunday mahsulotlarning foydalanish uchun ketadigan xarajatlari kam bo'ladi.

Shunday qilib, iste'molchi o'z ehtiyojlarni yuqori darajada qondira oladigan tovarning sifati va iste'mol xususiyatlari, tovar narxining mahbulligini ta'minlovchi firmalarni afzal ko'radilar.

Bozor rivojlanishi istiqbolining tahlili

Bozor sharoitining tahlili aniq tovarning bozordagi rivojlanishi istiqbol (prognoz)ini tuzish bilan yakunlansa-da, marketing dasturini ishlab chiqish uchun asosiy natija bo'lib xizmat qiladigan qisqa muddatli istiqbol va uzoq muddatli tendentsiyalarni o'z ichiga oluvchi iqtisodiyot tarmoqlarini o'rganish ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Talab, taklif va xaridorlarning tovarga talablarini sinchliklab o'rganish va tahlil qilish asosida bozor tadqiqotini o'tkazishda ma'lum bozorda tovarlarga talab rivojlanishi istiqboli baholanadi. Masalan, tovarga talabning o'sishi yoki kamayishi; tovarning hayotiylik doirasining kengayishi; sifat va mahsulotning iste'mol xususiyatlariga bozor talabining o'zgarishi; tovarlarning yangi doirasining paydo bo'lishi. Shuningdek, bunda miqdoriy ko'rinishda iste'molchilik talablarining kelajakdagi tuzilmasi va o'sishi hamda tarmoqlardagi ilmiy-texnik taraqqiyot rivojlanishi istiqbollari baholanadi.

Bozor sig'imining kelajakdagi o'zgarishini aniqlash uchun ishlab chiqarish rivojlanishidagi tendentsiya, mamlakatda mazkur tovarning chiqarilishi tendentsiyasi, xomashyo bazasi bilan ta'minlanganlik, yangi ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishga topshirilishi, talab kuchli bo'lgan tarmoqlarning rivojlanishi, yangi

o'rindosh tovarlarning yuzaga kelishi, tashqi talab tuzilmasining o'zgarishi, aniq tovarning eksport va import rivojlanish tendentsiyalarini o'rganish lozim.

Bozorning kelajakda rivojlanishini tahlil qilishda konyunktura holatini kuzatish muhim rol o'ynaydi. Masalan, talab qilinayotgan tovarlarni chiqaruvchi ishlab chiqarish tarmog'i qaysi fazada joylashganligini aniqlash.

Bozor konyunkturasini tahlil qilish ishlab chiqarish, iste'mol, narx darajasi va dinamikasi, aniq tovar yoki guruh tovarlarining xalqaro savdosi istiqbollarini aniqlashni nazarda tutadi.

Savdoning shakl va uslublarini o'rganish

Savdoning shakl va uslublarini o'rganish bir tovar va tovarlar guruhining aniq xaridori yoki sotuvchisi sifatida xalqaro tovar bozori yoki tarmoq bozorlarida ishtirok etuvchi firmalar faoliyatini baholash hamda tahlil qilish maqsadida olib boriladi. Bunda mazkur tovarlarning bozordagi o'rne, sotish kanallari va uslublari ham hisobga olinadi.

Savdoning shakl va uslublarini tahlil qilishda bozorga tovarlarni chiqargan firma (o'z mamlakatining ishlab chiqaruvchi-firmalari, xorijiy ishlab chiqaruvchi firmalar, ularning shu'ba kompaniyalari, o'z mamlakati yoki boshqa mamlakatlar tadbirkorlariga tegishli savdo-vositachilik firmalari), o'rganilayotgan tovar bo'yicha bozorga raqobatchi tovarni chiqarayotgan firmalar miqdori; salohiyatli xaridorlar; mazkur tovarning bevosita iste'molchisi sifatida ishtirok etuvchi firmalar yoki savdo vositachilari; bozor monopoliya darajasi, unda kartel bitimlarning mavjudligi va raqobatchi firmalarning ishtirok etishi kabi vaziyatlar tadqiq qilinadi.

Bozordagi raqobatchi firmalar faoliyatini o'rganish va tadqiq qilish

Raqobatchi firmalarni o'rganishda umumiy ma'lumotlar bilan bir qatorda barcha raqobatchi firmalar bo'yicha va har biri alohida holda quyidagi ma'lumotlar tahlil qilinadi:

- bozordagi raqobatchilarning o'rne; chiqarilayotgan mahsulotning sotilish hajmi; jahon bozorida va ma'lum mamlakat ro'yhatidagi firmalarning joyi;

o'rganilayotgan bozordagi mazkur mahsulotning umumiy savdo hajmida har bir raqobatchi firmaning ulushi;

- har bir firmadan chiqarilayotgan mahsulotning xarakteri, uning texnik parametrlari, narxi, raqobatbardoshlik omillari, tovar beligilarining qo'llanishi amaliyoti, tovarning jozibadorlik jihatlari va uning qadog'i, shu davrda va kelajakda raqobatchilar tomonidan chiqarilgan bozor tovarlarining yangiligi;

- raqobatchi firmalar taklif qilgan xizmatlar ko'rinishlari va hajmi, jumladan, shakli va texnik xizmat ko'rsatishi;

- raqobatchilar tomonidan qo'llanilgan reklama faoliyati amaliyoti va sotuvni rag'batlantirish ko'rinishlari; reklama va savdoni rag'batlantirish xarajatlari;

- tovar xarakatida raqobatchilar tomonidan qo'llanilgan tashish usullari, ularda omborlarning mavjudligi, saqlash shartlari, konsignatsion savdo uchun omborlardan foydalanish;

- raqobatchi firmalarning marketing faoliyati, har bir raqobatchi firma tomonidan o'tkazilgan strategiya, ularning assortiment siyosati, yangi tovarlarni ishlab chiqish bo'yicha ilmiy-texnik faoliyati yo'nalishlari, ishlab chiqarish, texnik va savdo siyosati, savdo intensivikasiyasi uslublari, narx siyosati va ularning xarakati tendentsiyasi, ishlab chiqarish chegirmasi darajasi va ularning pasayish yo'llari;

- raqobatchi firmalar tomonidan savdo faoliyatining tashkil etilishi; shaxsiy savdo tarmog'ining mavjudligi, savdo vositachilari xizmatlaridan foydalanish, savdo apparatlari uchun xarajatlar;

- raqobatchilar tomonidan qo'llaniladigan raqobat kurashi uslublari; raqobatdosh kompaniyaga qarshi qo'llash mumkin bo'lgan samarali vositalar;

- har bir raqobatchi kompaniyaning moliyaviy holati va uning bozordagi o'z o'rnini himoya qilish va mustahkamlash qobiliyati; raqobatchi firmaning to'lov qobiliyati va uning quvvatni kengaytirish hamda yangi ishlab chiqarishni tashkil qilish qobiliyati;

- tadqiq qilinayotgan davr va aniq sanada raqobatchi firmalar faoliyatining miqdoriy ko'rsatkichlari; chiqarilayotgan mahsulot hajmi, kapital qo'yilmalar,

NIOKR xarajatlari, ishlab chiqarish va daromad chegirmalari hamda firmaning yillik hisobotidagi boshqa xarajatlar.

- raqobatchi firmalarda patent va litsenziyalar mavjudligi, litsenziyalar bo'yicha to'lovlarning tushishi;

- raqobatchilar tomonidan amalga oshirilgan bitimlarning tijorat shartlari, narxlar, taklif etilgan kredit va imtiyozlar, narxlardan chegirmalar, etkazib berish muddati;

- raqobatdosh mahsulot chiqarish bo'yicha ishlab chiqarish quvvati ortishi darajasi; buyurtmalar portfeli va yangi buyurtmalar tushishi dinamikasi;

- Ilmiy-texnik salohiyat, raqobatchi firmalarning ishlab chiqarish doirasidagi yutuqlari, iste'mol talabiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan mahsulotdan foydalanish.

Bozordagi tovardan manfaatdor xaridor-firmalarni o'rganish

Mahsulotga qiziquvchi iste'molchilarni o'rganishda mahsulot vazifasi va xususiyatlaridan kelib chiqish lozim: ishlab chiqarishmi yoki iste'molchi talabimi?

Ishlab chiqarishga mo'ljallangan mahsulotlarning xaridorlari quyidagilar bo'lishi mumkin: sanoat firmalari va ularning shu'ba kompaniyalari. Ular texnologik jarayonda qo'llash uchun xomashyo materaillar, kompleks mahsulotlar xarid qiladilar.

Ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan tovar sotib oluvchi xaridor firmalarni o'rganishda firma haqidagi umumiy ma'lumotlar bilan birgalikda quyidagilarni bilishi lozim: xaridor firmaning bozordagi holati, uning aniq tovar iste'molidagi ulushi; firma talabining barqarorligi; iste'mol tovar firmasining asosiy etkazib beruvchilarini; firma tomonidan amalga oshiriladigan tijorat operatsiyalarining uslublarini, xarid qilinayotgan mahsulotning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini, texnik xizmat ko'rsatish va boshqalarga firma tomonidan bildiriladigan talablarni; yirik xaridor-firmalarning boshqaruvini va tashkiliy tuzilmasini, ularning ishlab chiqarish quvvatini va kelajakda ularning kengaytirilishini, texnologik jarayon turini, xarid qilingan tovarni almashtirish imkoniyatini.

Iste'mol uchun mo'ljallangan tovarlarning xaridorlari sifatida, avvalo, savdo-vositachilik firmalari ishtirok etadilar: ulgurji va chakana, dilerlik, savdo-posilka, oxirigi chakana iste'molchilar.

Iste'mol tovarlari xaridor-firmalarini o'rganishda quyidagi aniqliklar muhim ahamiyatga ega: chakana savdolar amalga oshiriladigan uslublar; turli imtiyozlar – iste'mol krediti uzoq muddatli sotuvdan keyingi bepul xizmat ko'rsatish, narxdan chegirmalar va boshqalarni xaridorlarga taqdim etish shartlari; firma tomonidan taklif etilgan tovarlar nomenklaturasi, uning yangiligi, raqobatbardoshligi, tiklanish darajasi; firma tomonidan chiqarilayotgan mahsulotlarning katalog va prospektlarda ko'rsatilgan tavsifi; reklama kompaniyalarining reklama vositalaridan foydalanib o'tkazgan reklamasining mazmuni va xarakteri; iste'molchilarga aniq firmalar tomonidan beriladigan tovar ko'rinishida taklif etiladigan ustunlik-afzallik omillari va boshqalar.

Tijorat amaliyoti, transport, huquq, savdo-siyosiy va boshqa shartlarni o'rganish

Bozor sharoitlarini o'rganishda bozordagi tijorat amaliyotini tahlil qilish, tovar xarakati shartlari, huquqiy masalalar, savdo-siyosiy sharoitlar muhim rol o'ynaydi.

Tijorat amaliyotini o'rganish quyidagi masalalarni oydinlashtirishni nazarda tutadi: bozordagi shartnoma amaliyoti, milliy tadbirkorlar uyushmalari, xalqaro tadbirkorlar kengashlari - uyushma va federatsiyalar tomonidan ishlab chiqilgan shartnomalarni qo'llash; yirik firmalar komitentlari tomonidan ishlab chiqilgan birja shartnomalari; auksionerlik uyushmalari yoki yirik aksionerlik firmalari tomonidan ishlab chiqilgan auksion shartnomalari; savdo yuritish amaliyoti va shartlari; savdo yuritish bo'yicha davlat qonunchiligi; tender takliflari natijalari bo'yicha etkazib beruvchilarni tanlashda ma'lum mamlakatlar firmalari va mahalliy firmalarga afzalliklar taklif etish; alohida tovarlar xalqaro savdosida yoki mamlakat, hudud va portlarning tijorat amaliyotidagi odat va udumlar; xalqaro bitim shartlarining xususiyatlari; tovarlar va xizmatlar oldi-sotdi shartnomalari, xususan, tovarlarni

etkazib berish shartlari, narx hisobi uslublari, narx valyutasini aniqlash, to'lov usullari, hisobot shakllari va uslublari, to'lov valyutasi.

Transport shartlarni o'rganish quyidagi masalalar doirasini qamrab oladi: o'rganilayotgan bozor va eksport mamlakati o'rtasidagi to'g'ri muloqotning mavjudligi; kemada tashiladigan yuk stavkasi, temir yo'l tariflari; alohida portlarda ortish-tushirish ishlarining mexanizatsiya darajasi, yuklarni ortish-tushirish ishlarining qiymati va yuklarni saqlash, port yig'malari stavkasi; yuk tashishning alohida shartlari va qonunlari, mo'ljallangan mamlakatga etkazib borish usullari, yuklarni topshirish va qabul qilish qonunlari.

Olingan ma'lumotlar eksport qiluvchi firmaga quyidagi imkoniyatlarni beradi:

birinchidan, belgilangan mamlakatga etkazib borish va sotishda tovar savdo narxini o'rnatish;

ikkinchidan, yukni yuborish qulay bo'lgan yo'nalishni hisoblash asosida transport chegirmasini tanlash;

uchinchidan, yuk tashish bo'yicha xarajatlar eng past bo'lgan portni aniqlash,

to'rtinchidan, yuklarning og'irligi, hajmi va qadog'iga bo'lgan talablarni aniqlash.

Huquqiy masalalarni o'rganish quyidagilarni aniqlash lozimligini nazarda tutadi: kema savdosi va sug'urta masalalari bo'yicha qonunlar; firmalar, jumladan xorijiy firmalar huquqiy faoliyati va holatini boshqaruvchi qonunlar; sanoat mulkini himoya qilish bo'yicha, patent ixtirolari haqida, tovar belgilarini qayd qilish, shuningdek, bu ishlar bo'yicha amal qiluvchi qonunlar; import mamlakatida oddiy kemasozlik tartibida va arbitraj tartibida xalqaro tijorat masalalari bo'yicha ruhsatnoma usullari. Bozorni o'rganishning bu doirasiga eksport qiluvchi bilan ish yuritish topshirilgan advokatlik firmalari ro'yhatini tuzish ham kiradi.

Savdo-siyosiy sharoitlar bozorni o'rganishda alohida ahamiyatga ega. Modomiki, ular ba'zan, u yoki bu mamlakatning tijorat bitimlarini imzolash imkoniyatlarini aniqlaydi. Savdo-siyosiy sharoitlarni o'rganishda quyidagilarga e'tibor qaratish zarur:

- Bir tovarni ma'lum mamlakatga olib borishni tartibga soluvchi xukumatlararo savdo bitimlarining mazmuni, tashqi savdoning davlat tomonidan boshqarilishi tizimi, xususan, aniq tovarlarni chetga olib chiqilishini ta'qiqlash va chegaralash; mamlakatdagi import cheklovlarida eksport-import litsenziyalarini olish va kontingentlarni taqsimlash tartibi aniqlanishiga;
- tovarlarning bojxona qoplamasi darajasi, ma'lum tovar tushishi mumkin bo'lgan boj va tartibni hisoblash usullari, ichki bojxona yig'malari va soliqlari; mamlakatda «erkin hudud» larning mavjudligiga;
- o'rganilayotgan mamlakatning iqtisodiy guruhlarda ishtirok etishi va ma'lum tovarni tashish tartibiga ularning ta'siriga;
- mamlakatning valyuta qonunchiligi, xususan, import qiluvchi tomonidan xorij valyutasining olinishi tartibi, konverterlangan valyutadan olinadigan daromad ustidan nazorat o'tkazishga;
- ma'muriy proteksionizmga taalluqli sanitar veterinar tartibning talablari va cheklovlariga.

2.3. Bozor tadqiqotlari o'tkazish metodikasi

Bozorni o'rganish metodikasi

Bozorni o'rganish metodikasi yuqorida ko'rsatilgan ob'ektlar bo'yicha aniq tovarning bozor sharoitlarini tahlil qilish imkoniyatini beruvchi usul va uslublar yig'indisini o'zida mujassamlashtiradi. Har bir tovar va guruh tovarlar bo'yicha bozor tadqiqotlarini o'tkazish tarkibiy uslubiyoti quyidagilarga asoslanadi: yaxlit bozorni tanlash (bozorning jahon, tarmoq, milliy segmentlari); bozor sharoitlarini tahlil qilish uchun qo'llaniladigan ko'rsatkichlar; bozor konyunkturasini prognozlashtirish va tahlil qilish ko'rsatkichlari; bozorni o'rganishda foydalaniladigan axborot manbalari; bozor tadqiqotini o'tkazishni tashkil qilish.

Maqsad va vazifalaridan qat'iy nazar bozor tadqiqotlari bir martalik va joriy tadqiqotlarga bo'linadi.

Bir martalik tadqiqotlar NIOKR masalalari bo'yicha strategik qarorlarni qabul qilish va aniq muammolarni aniqlash, yangi mahsulotlarni ishlab chiqish,

firmalarning savdo-ishlab chiqarish faoliyatini diversifikatsiyalash maqsadida amalga oshiriladi.

Joriy bozor tadqiqotlari uzluksiz ravishda olib boriladi va bozor bilan aylanma aloqani ta'minlaydi. O'rganilayotgan asosiy ko'rsatkichlar bankdagi EXM ma'lumotlariga kiritiladi, xulosa va natijalar esa muvofiq qarorlar qabul qilish uchun belgilangan muddatda firmalar rahbariyatiga taqdim etiladi. Ulardan, shuningdek, marketing dasturlarini, byudjet va o'rta muddatli rejalarni ishlab chiqish uchun asos sifatida foydalaniladi.

Bu ikkala tadqiqotlarda ham tanlangan guruh istemolchilari bilan o'tkazilgan savol-javob ma'lumotlari yoki statistik iqtisodiy ko'rsatkichlarni tashkil qiluvchi oddiy, ko'p variantli, murakkab matematik tadqiqotlarni o'tkazish nazarda tutiladi.

Maqsadli bozorni tanlash

Bozor tadqiqotlari maqsad va vazifalariga, strategiya va firma faoliyati doirasiga ko'ra aniqlanadi. Tadqiqot uchun bozorning muvofiq ko'rsatkichlarini tahlil qilish asosida aniqliklar yoki firma o'z rentabelligini ta'minlay oladigan va u o'z ishlab chiqarish dasturini yo'naltira oladigan mamlakatlarning bozor segmentlari ma'lumotlari zarur.

Maqsadli bozorni tanlashda tovarning hayotiylik sikli stadiyasiga alohida e'tibor qaratish zarur. Modomiki, bir bozor va segmentda yangi texnologik va bozor tovarlariga talab bo'lishi mumkin, boshqa bozor va segmentda esa ayrim takomillashtirilishini talab qiluvchi an'anaviy tovarlarga talab bo'lishi mumkin, uchinchi bozorda esa, bozorda yangi mahsulotlar paydo bo'lishi bilan bog'liq ravishda bozordagi ba'zi mahsulotlarni tez sotuvdan chiqarish muammosi yuzaga kelishi mumkin.

Zamonaviy jahon bozori va bozorlarning milliy tarmoqlari ishtirokchilar o'rtasida bo'lib olingan sharoitda, ishlab chiqarishni aniq xaridorlar talablarini qondirishga yo'naltirish uchun bozorning alohida segmentlarini o'rganish lozim bo'lib qoladi. Shuning uchun ham firmalar bozorni segmentlashtirish metodikalarini ishlab chiqishga alohida e'tibor qaratadilar.

Segment – aniq tovar bozorining bir qismi bo'lib, unda xaridorlarning aniq guruhlari aniq modifikatsiyalangan mahsulotga yo'naltiriladi. Segmentlashtirish asosida, yuqorida aytilganidek, raqobat sharoitida bir firma aniq bozordagi barcha ehtiyojlarni qondira olmaydi va o'z ishlab chiqarish, moliyaviy, savdo imkoniyatlari nuqtai nazaridan afzal deb hisoblangan segmentlarga tayanadi.

- **Segmentlashtirish ko'rinishlari:** geografik, demografik, ijtimoiy-psixologik omillar bo'yicha segmentlashtirish, alohida iste'molchilar guruhlari bo'yicha segmentlashtirish (bir martalik xaridorlar, doimiy xaridorlar, salohiyatli xaridorlar, shaxs va firmalar, manfaatli tovarlarni sotib olmaydiganlar);

- **Segmentni baholash uchun ko'rsatkichlar:** mahsulot savdosining o'sish sur'atlari, firmaning bozordagi ulushi, segmentning firma daromadi va savdo xajmidagi ulushi (har bir segment uchun aniqlanadi). Iste'mol tovarlari bo'yicha segmentlarni baholash uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalaniladi: xaridorning yoshi, jinsi, bandligi, oilaliligi, ta'lim darajasi, daromadlarining hajmi, tovarning xaridorlar tomonidan foydalanish xarakteri, aholi ko'p qismi gaplashadigan til, aholining madaniy darajasi, an'ana va udumlar, tovarning tashqi ko'rinishiga talablar, reklama vositasining qo'llanilishi. Ishlab chiqarishga mo'ljallangan tovarlar bo'yicha segmentlarni baholashda quyidagi ko'rsatkichlardan foydalaniladi: firma faoliyatining xarakteri, bozordagi xaridorlarning xajmi va miqdori, buyurtmalarni joylashtirish bo'yicha partiyalar xajmi, texnik xizmatlar va texnik xizmat ko'rsatish xajmi.

- **Segmentlarning bozor sharoitlarini baholash uchun ko'rsatkichlar:** segmentning iqtisodiy, siyosiy, texnologik shartlari, segment rivojlanishi barqarorligi, o'sish va rentabellikning avvalgi tendentsiyalari ekstrapolyatsiyasi, talabni aniqlovchi omillar asosida baholash, talab tendentsiyasidagi o'zgarishlar va talab miqdoriy ko'rsatkichlarining yuzaga chiqishi, rentabellik tendentsiyasidagi o'zgarishlarni raqobat tahlili asosida baholash;

- **Segment rivojlanishining kelajakdagi tendentsiyasini aniqlovchi ko'rsatkichlar:** iqtisodiyot muvofiq tarmog'ining o'sish sur'ati; aholi tarkibida mazkur tarmoq xaridorlari miqdorining o'sishi; bozorlarning geografik kengayishi

dinamikasi; mahsulotning eskirishi darajasi; mahsulotning tiklanish darajasi; talab qondirilishi darajasi; texnologiyaning tiklanish darajasi; tovar (xizmat)ning ommaviy ahamiyati; ishlab chiqarish chegirmasi doirasida davlat boshqaruvi; o'sish sur'atining davlat boshqaruvi; rentabellik o'sishi uchun qulay va noqulay omillar.

- **Bozorning aniq segmentida mahsulot rentabelligining o'zgarishi ko'rsatkichlari:** rentabellik, savdo xajmi va narxning tebranuvchanligi: talabning siklliligi; quvvatga munosabat bo'yicha talab darajasi; bozor tuzilmasi tavsifi; bozor tuzilmasi barqarorligi; mahsulot turlarining tiklanishi; tovarning hayotiylik doirasining davomiyligi; yangi mahsulotni ishlab chiqish vaqti; NIOKR xarajatlari, tovar bozoriga kirish (chiqish) uchun zarur bo'lgan xarajatlar; ilg'or raqobatchilar agressivligi; xorijiy firmalar raqobati; savdo reklamasi intensivligi; sotuvdan keytgi xizmat ko'rsatish; xaridorlar ehtiyojlarini qondirish darajasi; raqobatning davlat tomonidan boshqarilishi; tovar (xizmatlar) ishlab chiqarishni davlat tomonidan boshqarilishi; iste'molchilar bosimi.

- **Segment tanlovini aniqlovchi ko'rsatkichlar:** bozor talabiga mahsulotning mos kelishi; talab to'lov qobiliyatining xajmi; xarid maqsadi va motivlari; sifat talablari; tovarning texnik darajasiga talab; xaridorga taklif etilgan xizmat xajmi; narxning mo'ljallangan darajasi; bozordagi savdo tizimi; talabning rag'batlantirilishi; kutilayotgan mijozlarning miqdori; tanlangan segmentda talab rivojlanishi tendentsiyasi.

Bozorning maqsadli tanlovi natijasida quyidagilar aniqlanadi: savdo hajmi va tuzilmasi, bozorning mo'ljallanayotgan ulushida raqobat darajasi, qisqa muddatli va uzoq muddatli rejada savdoning taxmin qilinayotgan o'sishi, maqsadli bozor rivojlanishi barqarorligi, o'rganilayotgan bozorda qondirilmaydigan ehtiyojlarning mavjudligi, salohiyatli xaridorlar va iste'molning yangi doiralari, segmentning asoslanganlik darajasi.

- **Bozorni segmentlashtirishning amaliy natijalari** quyidagilar: firma tomonidan chiqarilgan mahsulotning turli modellarini xaridorlar tomonidan aniq modifikatsiyalashtirilishi mumkin bo'lgan xaridorlar toifasining mavjudligi (masalan, «Vestengauz elektrik» Amerika firmasi 8 ming mahsulotni 300 ming modifikatsiyada

chiqaradi); daromad o'sishi, savdo barqarorligi, texnikani takomillashtirish nuqtai nazaridan joriy davrda va kelajakda aniq segmentda mahsulot rentabelligini oshirish,

Bozor tadqiqotlarini o'tkazish ko'rinishlari va metodlari

Foydalanilayotgan axborotning xarakteri, uning olinish usullari, tadqiqot o'tkazish texnikasi va jami natijalari bo'yicha tadqiqotlar o'tkazish metodlarining bir necha ko'rinishlarini aniqlash mumkin:

- **«Kabinet tadqiqotlari»** axborotlarning rasmiy bosmaxonasi asosida amalga oshiriladi. Ularning maqsadi umumxo'jalik konyunkturasi holati va alohida bozorlar rivojlanish tendentsiyasi haqida umumiy tavsiyalarni beruvchi; jahon tovar bozori rivojlanishi va holatining umumiy muammolari, uning sig'imi o'zgarishlari, ishlab chiqarishning alohida tarmoqlari rivojlanishi, alohida mamlakatlar iqtisodiyotining holati haqidagi axborotlarni olish va tahlil qilish hisoblanadi.

- **Bozorni joyida o'rganish uslubi** bozorni o'rganishda murakkab va qimmat, lekin samarali uslublardan biri hisoblanadi. Undan faqat yirik firmalar foydalanadilar. Bu uslubning eng afzal tomoni shundaki, u birinchi navbatda bozor talablari, savdo oddiyliklari, savdo-sotiq uslublari, narxlar va boshqa shartlar bilan tez va har tomonlama ochiq-oydin tanishish salohiyatli xaridorlar bilan shaxsan shartnoma tuzish va mazkur bozorda talab katta bo'lgan tovar namunalarini xarid qilish imkonini beradi.

- **Savdoning sinov uslublaridan** bozor haqida zarur ma'lumotlar yo'q bo'lganda va firmaning uni har tomonlama o'rganish uchun vaqti bo'lmagani hollarida, shuningdek, o'rganilayotgan bozor uchun noyob va yangi tovarlarni sotishda foydalaniladi. Bunday savdolarida firma zarar ko'rish riskiga tomon yuradi va bu uslub firmaga xaridorlar bilan aloqa o'rnatish imkonini beradi.

- **Shaxsiy faoliyat shartnomalarini quvvatlash** xorijiy firmalar vakillari bilan imzolanadi va bozorni o'rganish uchun katta ahamiyatga ega. Bu shartnoma firmalarga o'zaro tashrif buyurish yo'li bilan xalqaro yarmarkalar, ko'rgazmalar, xalqaro auksionlar, tovar birjalari ishbilarmonlik uchrashuvlari vaqtida belgilanadi va qo'llab-quvvatlanadi. Firma vakillari va xaridorlari o'rtasidagi o'zaro aloqalar mashina va uskunalar bozorini aniqlashda katta ahamiyatga ega. Xususan, bu texnik

jihatdan murakkab bo'lgan mahsulotlarga tegishli. Bunda sotuvchining vakili bir vaqtda xaridorning texnik maslahatchisi sifatida ham ishtirok etadi.

Bozor tadqiqotlarini o'tkazishda foydalaniladigan manbalar

Bozorni o'rganishda ma'lumotlarning keng doirasidan foydalaniladi. Bular bosmaxona mahsulotlari, firma vakillari va rasmiy tashkilotlardan olinadigan maxsus ma'lumotlar, xorij vakillari va savdo vositachilaridan, kredit-ma'lumot idoralaridan, xaridorlar savol-javoblari natijalaridan olinadigan xabarlardir.

Bosmaxona axborotlari quyidagi nashriyotlar orqali tavsiya etilishi mumkin: davriy nashrlar – gazeta va maxsus jurnallar, iqtisodiy byulletenlar; ixtisoslashtirilgan nashrlar – monografiyalar, bozor sharxlari, savdo palatalari va tadbirkorlik uyushmalari nashrlari, savdo shartnomalari yig'malari, bank, alohida firmalar, reklama agentliklari nashrlari, davlat qonunlarini tashkil etuvchi davlat tashkilotlari yig'malari, tashqi savdo va boshqa masalalar bo'yicha davlat organlarining nashrlari; alohida mamlakatlar, BMT va boshqa xalqaro tashkilotlar davlat muassasalari tomonidan nashr qilingan maxsus va umumiy xarakterdagi statistik ma'lumotlar; yirik brokerlik firmalarining mijozlarga yuboriladigan ma'lumotlari; telegraf agentliklarining byulletenlari.

Ijtimoiy tadqiqotlar va xaridorlar javoblarining natijalari tovarlarning joylarda, shuningdek, ko'rgazma va yarmakalarda, simpoziumlarda o'tkaziladigan savdo qiziqarli savollar bo'yicha aniq ma'lumotlarni tashkil qiladi va xaridorlar guruhi yoki telefon orqali individual holda, yozma shaklda, savol-javob shaklida, suhbat shaklida o'tkazilishi mumkin.

Xaridordan bevosita axborot olish uchun firmalar manzilli axborot yuborishni, axborot tadbirlarini o'tkazishni, ixtisoslashtirilgan yarmarka va ko'rgazmalarda tovarlar namoyishini yoki xaridorga to'g'ridan-to'g'ri kelgusidagi shartnomalar haqidagi taklif bilan chiqishni mashq qiladi.

Firmalarni o'rganish metodikasi

Firmalarni o'rganish tadqiqotning muhim masalalaridan biri hisoblanadi. O'rganilayotgan firmalar, odatda, uch guruhga bo'linadi: xarakatdagi mijozlar - (kleantura) (kontragentlar), taxmin qilingan kleantura va raqobatchilar. har bir

manfaatdor firma EXM ma'lumotlarini bankka qo'yadi. Mazkur firma uchun quyidagi ikki yo'nalishda ma'lumotlar yig'iladi: firma to'g'risida umumiy ma'lumotlar; firmaning iqtisodiy va moliyaviy holatini, uning ishlab chiqaruvchi-savdo faoliyatini, bozordagi raqobatbardoshliligi xarakterlovchi statistik ko'rsatkichlar.

Firma haqidagi umumiy ma'lumotlar

Umumiy ma'lumotlar firma faoliyatining masshtabi va xarakteri, uning jahon bozoridagi o'rni va roli, boshqaruvining tashkillashtirilishi, firmaning xo'jalik va moliyaviy aloqalari haqida umumiy tasavvur hosil qilish imkonini beradi. Firma haqidagi umumiy ma'lumotlar ro'yhati: firmaning nomi, firmaning manzili, qayd qilingan mamlakat, telefon va teleks raqami.

Firmani xarakterlash uchun quyidagi ko'rsatkichlar beriladi:

- aktsionerlik kapitali, aktivlar, savdo, bandlar miqdorining kattaligi (mayda, o'rtacha, yirik, yiriklardan biri); o'z mamlakati ilg'or kompaniyalari ro'yhatidagi o'rni va dunyoning yirik kompaniyalari ichidagi o'rni;
 - xo'jalik faoliyati ko'rinishi (sanoat, savdo, transport-ekspeditorlik, inijiring va boshqalar);
 - mulk xarakteri (xususiy, davlat, koperativ);
 - huquqiy holati (aktsionerlik jamiyati, ma'suliyati cheklangan jamiyat, butunlay va kommandit hamdo'stlik, yagona firma);
 - kapital va nazorat (milliy, xorijiy va qo'shma);
 - ta'lim tarixi va firma rivojlanishining xususiyatlari (yaratilgan yili, asosiy ilovalar, nomining o'zgarishi);
 - firma kirgan monopolistik uyushma turi va unda firmaning holati (bosh kompaniya, shu'ba kompaniya, filial, bo'lim, uyushgan kompaniya); shu'ba va boshqa bo'limlarda bosh kompaniyaning nomi ko'rsatilishi shart.
- chiqarilayotgan yoki sotilayotgan tovarning nomenklaturasi (asosiy yoki guruh tovarlar, ixtisoslikka yo'naltirilganligi, import va eksport nomenklaturasi), firmaning chiqarayotgan tovarlar bo'yicha jahon bozoridagi o'rni; asosiy tovarlarni milliy ishlab chiqarishdagi solishtirma og'irligi; mamlakat eksporti va importidagi ulushi;

- firmaning tashqi iqtisodiy faoliyati xarakteri va ahamiyati (xorijiy shu'ba kompaniyalarining soni, jumladan, ularning joyi, faoliyati ko'rinishi); eksport qilayotgan mamlakatda firma faoliyatning ahamiyati (ulushi); firma faoliyatida import operatsiyalarining ahamiyati, importning geografik yo'naltirilganligi.

- firmaning ishlab chiqarish va moddiy-texnik yo'naltirilganligi (ishlab chiqarish korxonalarining miqdori va joylashuvi, ularning quvvati, savdo korxonalari, omborlar, texnik xizmat ko'rsatish stantsiyalarining miqdori, ularning joylashgan joyi);

- firmaning chiqarilayotgan yoki sotilayotgan mahsuloti asosiy ko'rinishlari bo'yicha raqobatchilar va kontragentlar;

- boshqa firmalar bilan texnik-ishlab chiqarish va boshqa xo'jalik aloqalari (firmaning nomi va aloqalar shakli ko'rsatiladi);

- firma boshqaruvi apparatining tuzilishi (direktorlar kengashi va boshqarmaning miqdoriy tarkibi, ishlab chiqaruv bo'linmalarining nomi, u bilan mustahkamlangan mahsulot nomenklaturasi, xo'jalik mustaqilligi va mas'uliyat darajasi);

- aktsionerlik kapitali, uning aktsiya mulkdorlari orasida taqsimlanishi, aktsiyalarning nazorat paketi, uning mulki va egalari;

- firmaning banklar bilan aloqasi va bu aloqalarning xarakteri.

Firmalarni o'rganish ob'ektlari

Firmalarni o'rganishda quyidagi axborot manbalaridan foydalaniladi:

- Firmalar haqida ixtisoslashgan axborotlarni chop etuvchi davriy nashrlar. Davriy nashrlar – gazeta va jurnallarda – firmalarning joriy faoliyati haqida ko'pgina ma'lumotlar chop etiladi. Ko'p ma'lumotlar amerikaning «Forchun» jurnalida nashr qilinadi. Bu jurnal har yili dunyoning 500 ta yirik firma va banklari hisobot jadvalini chop etadi. Unda daromadlar, aktivlar, kirimlar, firmalardagi band o'rinlar haqida ma'lumotlar beriladi. Ayrim iqtisodiy va tarmoq jurnallarida yirik firmalarning yillik hisobotlari va ularning joriy faoliyati haqida ma'lumotlar chop etiladi.

Ko'p gazetalar iqtisodiy ruknlarda firmalarning yillik hisobotlaridan ko'chirmalarnigina emas, shuningdek, mahsulotlarning alohida ko'rinishlari, kapital

qo'yilmalari, buyurtmalar holati, eksport bitimlari, boshqa firmalar aktsiyalarini sotib olish, firmalarning qo'shilishi va singib ketishi, bandlik holatlari, mansabdor shaxslarni tayinlash va joylashtirish kabi ma'lumotlarni ham berib boradilar.

Yirik milliy firmalar faoliyati haqidagi iqtisodiy gazeta va jurnallarga ilova yoki alohida chiqishlar ko'rinishida chop etilgan axborotlar katta ahamiyatga ega.

- Firmaning o'zi tomonidan nashr etilgan axborotlar. Ularga quyidagilar kiradi:

- firma faoliyati haqida yillik hisobot. Ular aktsionerlarning yillik yig'ilishlariga tayyorlanish uchun tuziladi va direktorlar kengashi tomonidan tasdiqlanadi. Yillik hisobotlarda firma faoliyatining yaxlit tavsifi va bo'limlarining o'tgan moliyaviy yildagi hisobotlari beriladi. Bundan tashqari, unga ishlab chiqarish va savdo faoliyatining natijalari, kapital qo'yilmalari hajmi, ilmiy tadqiqotlar uchun xarajatlar, bandlarning umumiy miqdori ham kiritiladi. Ba'zan yillik hisobot firmaning oxirigi 5-10 yil ichidagi faoliyatining, moliyaviy va ishlab chiqarishining qator ko'rsatkichlarini ham tashkil qiladi. Ayrim yirik kompaniyalar butun tarmoq bo'yicha materiallarga boy hisobotlarni chiqaradilar;

- firmaning balans hisobotlari. Ular bir yilda yoki har chorakda nashr qilinadi, kompaniya nazarda tutgan vositalar, moliyalashtirish manbalari haqida ma'lumot beradi;

- firma prospektlari firmaning yaxlit va alohida korxonalarining ishlab chiqarish faoliyati aniq tavsifini, texnologik jarayonlar va yangi texnik yutuqlar haqida aniq ma'lumotlar beradi. Unda firmaning rivojlanish tarixi, boshqa firmalar bilan aloqasi, boshqaruv tarkibi, balans hisoboti yoki firma moliyaviy faoliyatining alohida ko'rsatkichlari nashr qilinadi;

- firma kataloglarida firma tomonidan chiqarilgan mahsulotlar haqidagi axborotlar va barcha nomenklatura yoki tanlov bo'yicha mahsulotning texnik tavsifi beriladi. Kataloglar posilka savdosi uchun juda qulay. Ko'rgazma va yarmarka kataloglari mazkur ko'rgazma va yarmarkada ishtirok etuvchi firmalar haqida ma'lumot beradi. Ba'zan ular firmalar va ular chiqarayotgan mahsulotlar haqida qisqacha ma'lumot beradi.

- Ixtisoslashtirilgan tashkilotlar taqdim etgan firmalar haqida axborotlar.

Ixtisoslashtirilgan tashkilotlarga quyidagilar kiradi: kredit-ma'lumot byurosi; tadbirkorlik uyushmalari, savdo palatalari, maslahat firmalari, davlat tashkilotlari. Firmalar haqida ma'lumotlar ular tomonidan bepul va to'lov asosida taqdim etiladi.

Kredit-ma'lumot byurosi firmalar haqida, ularning huquqiy holatidan qat'iy nazar oldindan o'zlashtirilgan abonimentlar asosida to'lov evaziga beriladi. Ularda, odatda, firmaning nashr qilinmagan moliyaviy holati haqidagi, ularning aylanmasi, aktsionerlik kapitali haqidagi ma'lumotlar bo'ladi. Yirik firma ma'lumotnomasida uning yaratilish tarixi, ishlab chiqarish korxonalari va shu'ba korxonalarining ro'yhati, rahbarlar tarkibi va ularning qisqacha biografiyasini ham olish mumkin. Ma'lumotnomada shuningdek, burungi va o'tgan yil hisobotidagi firmalarning qisqartirilgan balansi, daromadlar hisobi va zararlar haqidagi ma'lumotlarni ham olish mumkin.

- Ichki foydalanish uchun axborotlar. Bu axborotlar firmalar bo'yicha xujjatlar to'plami va kartotekalarga ega bo'lgan barcha firmalar uchun yig'iladi va tizimlashtiriladi. Har bir mijoz uchun firma alohida kartochka va papka tutadi. Unda firma haqidagi umumiy ma'lumotlardan tashqari, mijoz bilan faoliyat munosabatlarining holati va u haqidagi doimiy yangilanib turadigan ma'lumotlar haqidagi yozuvlar tizimli tarzda to'ldirilib boriladi. Bu kartotekaning davriy qayd etib borilishi o'zining doimiy mijozlari faolligini, xususan, agentlik tarmog'ining faolligini nazorat qilish imkonini beradi.

- Firmalar bo'yicha ma'lumotnomalar sanoat, savdo, transport, sug'urta va firmalarning boshqa ko'rinishlari, shuningdek, banklar, investitsion trest va maishiy xizmat ko'rsatish kompaniyalari haqidagi tizimli ma'lumotlarni o'z ichiga oladi.

Ma'lumotnomalarning turli ko'rinishlarini kompleks qo'llashda kompaniya tarixi haqida, uning ishlab chiqarish bazasi, ishlab chiqarish va savdo faoliyati natijalari haqida, boshqaruv tarkibi va kuzatuv kengashi haqida, kompaniya rahbarlarining personal aloqalari haqidagi tizimli ma'lumotlarni olish mumkin.

Ma'lumotnomalarda joylashtirilgan ma'lumotlar nashr qilingan materiallardan farq qilib, umumiy ma'lumot uchun firma o'zi, kerak, deb hisoblagan axborotlarni

o'z ichiga oladi. Ma'lumotnomalar har yili ixtisoslashtirilgan xususiy nashriyotlar, tadbirkorlik uyushmalari, rivojlangan mamlakatlarning savdo palatalari tomonidan nashr qilinadi. Rivojlanayotgan mamlakatlar firmalari bo'yicha ma'lumotnomalar faqatgina firmalar bo'yichagina emas, butun mamlakat, iqtisodiyotning alohida tarmoqlari bo'yicha sharhlarni ham nashr qiladilar. Firmalar haqidagi ma'lumotnomalar, odatda, firmaning nomini, uning manzili va faoliyati predmetini ko'rsatish bilan cheklanadi.

- **Firmaga oid tovar bo'yicha ma'lumotnomalar** barcha yoki aksar bir mamlakat (milliy) turli tarmoqlariga tegishli yoki keng mamlakatlar doirasidagi firmalar(xalqaro) ro'yhatini qamrab oladi. Ma'lumotlar lo'nda qilib beriladi: firmaning nomi, manzili, faoliyati xarakteri. Har bir tovar uchun alifbo tartibida uning ishlab chiqarishi va savdosi bilan shug'ullanadigan firmalar yoziladi. Tovarlarining nomlari yoki tovar guruhlarining nomlari ham alifbo tartibida joylashtiriladi. Odatda firmaga oid tovarlar ma'lumotnomasida ixtisosligidan qat'iy nazar barcha firmalar alifbo tartibida yozilgan bo'ladi. Yirik tovar firmalariga oid ma'lumotnomalar quyidagilar: «Kompass» (Shveytsariya), «Kelliz direktorii of myorchents, menyufekchurers end shippers» (Angliya), «ABTs deo doychen virtshaft» (Germaniya).

Manzilli ma'lumotnomalar firmalarning pochta va telegraf manzillaridan tashkil topadi. Teleks va telefon raqamlarini nashr qilingan ma'lumotnomalar mavjud. Manzilli ma'lumotnomalar yordamida firmalarning nomlanishi bo'yicha uning pochta va telegraf manzilini topish mumkin, yoki aksincha. Yirik manzilli ma'lumotnomalar quyidagilar: «Telyurone» (Germaniya), «Markonis interneyshnl redjister» (Angliya).

Aktsionerlik jamiyatlari bo'yicha ma'lumotnomalar aktsionerlik jamiyati shaklidagi firmalar haqidagi to'liq tasavvurga ega bo'lish imkonini beradi. Aktsionerlik jamiyatlari tomonidan nashr qilingan balanslar, daromad va zararlar hisobotlari, yillik hisobotlar bu turdagi ma'lumotnomalarda yanada aniqroq va to'liqroq nashr etildi. Bunday ma'lumotnomalarda nashr qilingan ma'lumotlar firmalar haqidagi umumiy ma'lumotlardan tashqari, chiqarilayotgan mahsulot

nomenklaturasi, ishlab chiqarish korxonalarining tavsifi, ishlab chiqarish xajmi, mahsulot savdosi bo'yicha aylanma, kapital qo'yilmalari hajmi kabi ma'lumotlarni ham o'z ichiga oladi. Bu turdagi ayrim ma'lumotnomalarda turli kompaniya firmalarining rahbar organlari vakillarining ishtiroki haqidagi ma'lumotlar ham beriladi. Bu ma'lumotnomalarga quyidagilarni kiritish mumkin: «Mudi» (AQSh), «Xandbux der doychen aktiengezelshaften» (Germaniya), «Stok ikscheyndj ofishl yerbuk» (Angliya), «Annuaire Chaix Les Principales Societes par actions» (Frantsiya), «Sellz British eksport qiluvchi redjister end neshnl direktori» (Angliya), «Prezident direktori. 500 yapon ilg'or sanoat korporatsiyalari» (Yaponiya) va boshqalar.

Firmaga oid umumiy ma'lumotlar har qanday yuridik shakldagi, jumladan, mas'uliyati cheklangan jamiyatlar bir shaxsga tegishli korxonalar haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bu ma'lumotnoma korxona faoliyati xarakteri, ishlab chiqarilgan mahsulot nomenklaturasi, firmaning tashkil etilgan yili, kapital xajmi, rahbar organlarning boshqaruv tarkibi, bandlar miqdori, ba'zan esa, ishlab chiqaruvchi korxonalar ro'yhati haqidagi ma'lumotlarni berishi mumkin. Bu ma'lumotnomalarning ko'pchiligidan turli xil tillarda beriladigan tovar va tarmoq ro'yhatini ham olishimiz mumkin.

Bu guruh ma'lumotnomalarning eng yiriklariga quyidagilar kiradi: «Purs redjister of korporeynshns, direktors end ikzekyutivs» (AQSh va Kanada), «Gayt tu Ki biritish enterprayzes» (Angliya), «Xandbux der gross-unternemen» (Germaniya);

Tarmoq ma'lumotnomalari xo'jalik tarmoqlari, xususan, sanoat tarmoqlarining ixtisoslashtirilgan firmalari haqida ma'lumotlarni beradi. Xalqaro doiradagi bozorning firmaga oid tuzilmasini ko'pchilik mamlakatlarning bir tarmoq bo'yicha firmalari ma'lumotlari yig'ilgan xalqaro ma'lumotnomalar orqali aniqlash mumkin. Tarmoq ma'lumotnomalaridagi ma'lumotlar asosida mazkur tarmoqda faoliyat yuritayotgan firmalar doirasini aniq va ravshan belgilash, ularning ishlab chiqarish faoliyati haqida aniq ma'lumotlarga ega bo'lish mumkin. Bunday ma'lumotnomalarda, odatda, turli ro'yhatlar ko'rinishidagi axborotlar nashr qilinadi,

masalan, alohida tovar chiqaruvchi firmalar va aniq tarmoq uchun xomashyo va uskunalar etkazib beruvchi firmalar va boshqalar.

Ayrim ma'lumotnomalarda alohida tarmoqlarda faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkorlik ushjumalari, turli kengashlar, ilmiy-tadqiqot muassasalarining ro'yhati ham beriladi. Xorijiy mamlakatlarda chiqariladigan tarmoq ma'lumotnomalarining miqdori katta. Ularga quyidagilar kiradi: «Iron and steel Works of the United States and Kanada» (AQSh va Kanada), «International Shipping and Shipbuilding Directory» (Angliya), «Internationales Zucker – wirtschaftliches Jahr – und Adreessbuch» (Germaniya). Tarmoq ma'lumotnomalarining eng yirigi neft, gaz, va neft mahsulotlari savdosi va ishlab chiqarilishi bilan shug'ullanuvchi dunyoning barcha mamlakatlari haqidagi ma'lumotlarni o'zida jamlagan «Oil and Petroleum Yearbook» ma'lumotnomasidir.

- Personal aloqalar bo'yicha ma'lumotnomalar (direktorlik ma'lumotnomalari). Ular turli firmalar rahbar organlarining bir shaxs yoki shaxslar guruhi ishtiroki asosida firmalararo aloqalarni o'rnatish imkonini beradi. Bu turdagi ma'lumotnomalar kompaniya rahbarlari va egalarining familiyalari alifbo tartibida, ular qaysi firma, bank yoki uyushmaga tegishli ekanliklari ko'rsatilgan holda joylashtiriladi. Eng mashhur direktorlik ma'lumotnomalariga quyidagilar kiradi: «The Directory of Directors» (Angliya), «Leitende Manner in der Deutschen Wirtschaft» (Germaniya), «Directory of Directors» (Kanada). Ayrim ma'lumotnomalarda nomiga muvofiq ravishda maxsus bo'limlar ham bo'lishi mumkin. Masalan, «Poor's Register»(AQSh), «Les Principales Societes par Actions»(Frantsiya), «Svenska aktiebolag» (Shvetsiya).

Firmalarning moliyaviy aloqalari haqidagi ma'lumotlar bir mamlakat yoki xalqaro miqyosdagi firmalararo aloqalarni «ishtirok etish tizimi» orqali aniqlash imkonini beradi. Ularda jamlangan ma'lumotlar asosida qanday firmalar u yoki bu kompaniya yoki moliyaviy guruh ta'sir doirasiga kirishishni, mazkur firmaning aksionerlik kapitali kimga tegishli ekanligini aniqlash mumkin. Bunday firmalarga Germaniyaning «Wirtschaftliche und finanzielle Verflechtungen» ma'lumotnomasi,

«Wer gehort ze wem» ma'lumotnomasi, Angliyaning «Who Owns Whom» ma'lumotnomasi va boshqalarni kiritish mumkin.

Biografik ma'lumotnomalar siyosiy, ijtimoiy faoliyatlar haqida, dunyoning ishbilarmon vakillari haqida qisqacha ma'lumotlar beradi. Bu ma'lumotnomalar alohida nashr qilinishi yoki boshqa ma'lumotnomalarning bir bo'limi sifatida nashr qilinishi mumkin. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda «Who's Who» ma'lumotnoma seriyasi mashhur. Bundan tashqari, mazkur guruh ma'lumotnomalariga Germaniyaning «Leitende Manner in der Dentschen Wirtschaft» kabilarni kiritish mumkin.

Qisqa xulosalar

Biz mazkur bobda bozor tadqiqotlari, ularning mazmuni va faoliyat yuritish uslublari haqida, bozor tadqiqotining metodologik asoslari, bozor tushunchasi va uning tasnifi, talab, taklif va narx masalalarini ko'rib chiqdik.

Sifat – mahsulot xususiyatlarining yig'indisi bo'lib, u mahsulotlarning xaridorlar aniq ehtiyojlarini qondirish qobiliyati, foydaliligi, o'ziga xos xususiyatlari va vazifasini xarakterlaydi. Mahsulot sifati xomashyo va materaillar; texnika va fan rivojlanishi darajasi; qo'llanilayotgan texnologiya ning progressivligi, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil qilish; kadrlar malakasiga bog'liq.

Raqobatbardoshlik deganda, individual iste'molchi aniq talablarini qondirish darajasi va uni xarid qilish va undan foydalanish xarajatlari darajasi bo'yicha o'xshash mahsulotlardan farqlanuvchi mahsulotlar tavsifining yig'indisi tushuniladi.

Mahsulotning raqobatbardoshliligi – yuqori iste'molchilik xususiyatlari va texnik-iqtisodiy parametrlari tufayli raqobatchi firmalar taklif etgan boshqa o'xshash tovarlar guruhidan ajralib turuvchi, xaridorlar tomonidan ajratib tanlangan qobiliyatdir.

Bozor tadqiqotining asosiy masalalaridan biri – bozordagi tovarlarning talab va takliflari o'rtasidagi muqobil munosabatga erishishdagi sharoitlarni aniqlashdan iborat. Talab va taklifni tahlil qilish ma'lum bozorda tovarlarni ishlab chiqaruvchilar

va iste'molchilar o'rtasidagi munosabat qanday bo'ladi, tahlil qilinayotgan davrda va kelajakda talab va taklif rivojlanishi va shakllanishi tendentsiyasini aniqlash shartlari qanday, degan savollarga javob topish imkonini beradi.

Talab tahlilida xaridor unga taklif etilgan tovarlardan o'z ehtiyojiga mos keladiganini tanlab olishidan kelib chiqiladi. Shuning uchun bozorni o'rganishda iste'molchining tovarga talablarini sinchiklab o'rganish juda muhim.

Bozor sharoitlarini o'rganishda bozordagi tijorat amaliyotini tahlil qilish, tovar xarakati shartlari, huquqiy masalalar, savdo-siyosiy sharoitlar muhim rol o'ynaydi.

Bozor tadqiqotlari maqsad va vazifalariga, strategiya va firma faoliyati doirasiga ko'ra aniqlanadi. Tadqiqot uchun bozorning muvofiq ko'rsatkichlarini tahlil qilish asosida aniqliklar yoki firma o'z rentabelligini ta'minlay oladigan va u o'z ishlab chiqarish dasturini yo'naltira oladigan mamlakatlarning bozor segmentlari ma'lumotlari zarur.

Segment – aniq tovar bozorining bir qismi bo'lib, unda xaridorlarning aniq guruhlarini aniq modifikatsiyalangan mahsulotga yo'naltiriladi. Segmentlashtirish asosida, yuqorida aytilganidek, raqobat sharoitida bir firma aniq bozordagi barcha ehtiyojlarni qondira olmaydi va o'z ishlab chiqarish, moliyaviy, savdo imkoniyatlari nuqtai nazaridan afzal deb hisoblangan segmentlarga tayanadi.

Foydalanilayotgan axborotning xarakteri, uning olinish usullari, tadqiqot o'tkazish texnikasi va jami natijalari bo'yicha tadqiqotlar o'tkazish metodlarini bir necha ko'rinishlarini aniqlash mumkin.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Bozor tushunchasi va tasnifi qanday?
2. Tovarlarning vazifasi, muddati, tayyorlanishi va iste'moli xarakteri bo'yicha tasnifini bering.
3. Mahsulotning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari tavsifi qanday?
4. Bozordagi mahsulotning sifati va raqobatbardoshligi: ularni aniqlovchi tushuncha va ko'rsatkichlar nimadan iborat?

5. Bozor tadqiqotining mazmuni: bozor shartlarini tahlil qilish va o'rganish qanday amalga oshiriladi?
6. Talabni tahlil qilish, taklif tahlili qanday amalga oshiriladi?
7. Iste'molchining tovarga talablari tahlili qanday amalga oshiriladi?
8. Bozor rivojlanishi istiqbolining tahlili qanday amalga oshiriladi?
9. Savdoning shakl va uslublarini o'rganish qanday amalga oshiriladi?
10. Bozordagi raqobatchi firmalar faoliyatini o'rganish va tadqiq qilish qanday amalga oshiriladi?
11. Bozordagi tovardan manfaatdor xaridor-firmalarni o'rganish qanday amalga oshiriladi?
12. Tijorat amaliyoti, transport, huquq, savdo-siyosiy va boshqa shartlarni o'rganish qanday amalga oshiriladi?
13. Bozor tadqiqotlari o'tkazish metodikasi: bozorni o'rganish metodikasi, maqsadli bozorni tanlashnimadan iborat?
14. Bozor tadqiqotlarini o'tkazish ko'rinishlari va metodlari qanday?
15. Firma haqidagi umumiy ma'lumotlar, firmalarni o'rganish ob'ektlariga nimalar kiradi?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
4. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
5. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.- 2008. - 480 с.

3-BOB. EKSPORT-IMPORT OPERATSIYALARI: MAZMUNI, BOSHQARILISHI VA STATISTIK HISOBI

3.1. Eksport-import operatsiyalarining mazmuni va uslublari

Eksport-import operatsiyalari tushunchasi va ularning ko'rinishlari

Eksport-import operatsiyalari deganda, moddiy ashyo shakliga ega tovarlar oldi-sotdisi bilan bog'liq tijorat faoliyati, tovarlarni chegaradan olib chiqish, sotish va xorijiy kontragentga uzatish, o'z mamlakati bozorlariga xorij tovarlarini olib kirish va sotish bilan bog'liq faoliyat tushuniladi.

Xalqaro tijorat amaliyotida eksport va import deganda, asosan, tijorat asosida amalga oshiriladigan operatsiyalar, jumladan, oldi-sotdi shartnomalarining – xalqaro savdo bitimlarini imzolash va bajarish tushuniladi.

Eksport import operatsiyalari, agar tovarlar davlat chegarasi orqali kontragent mamlakatiga o'tkazilgandagina, statistik hisob uchun zarur ma'lumotlar topshirilgan, ma'lum bojxona rasmiyachiliklari va muolajalari bajarilganidan keyingina amalga oshirilgan, deb hisoblanadi. Eksport-import yuklarining bojxona hisobi – xalqaro tovar oqimlarining statistik hisobi bazasidir. U har bir mamlakatning milliy tashqi savdo statistikasi va BMT tizimidagi iqtisodiy tashkilotlar tomonidan yuritiladigan va nashr qilinadigan yaxlit xalqaro savdo statistikasi asosida jamlanadi. Shuning uchun bojxona statistik hisobi yuritish, tushunchalarni unifikatsiyalash, tashqi savdoni xujjatlashtirish ishlarini standartlashtirish xalqaro va milliy darajada katta ahamiyatga ega.

Xalqaro tijorat amaliyotida qo'llaniladigan ayrim ma'lumotlarga to'xtalib o'tamiz:

Eksport. Eksport deganda, quyidagilar tushuniladi va statistik jihatdan hisobga olinadi:

- mamlakatdan shu mamlakatda ishlab chiqarilgan, o'zlashtirilgan yoki qazilma boyliklarning, shuningdek, oldin mazkur mamlakatga olib kirilib, qayta ishlangan tovarlarni olib chiqib ketish;

- oldin olib kelingan tovarlarni bojxona nazorati ostida qayta ishlanib olib ketish;

- oldin mamlakatga olib kelingan, lekin qayta ishlanmagan tovarlarni xorijga olib ketish. Bunday eksport reeksport deyiladi. Reeksport predmeti sifatida quyidagi tovarlar ishtirok etadi: xalqaro auksion va tovar birjalarida sotilgan tovarlar, tegishli tovarlarni o'z mamlakatiga olib kirilmasdan amalga oshirilgan operatsiyalar kiradi. Bunday operatsiyalar mohiyatiga ko'ra, eksport yoki mazkur mamlakat importiga kirmaydi, modomiki, ular bojxona statistikasida hisobga olinadi. Ular savdo firmalarida turli bozorlardagi bir xil tovarlarning narxidagi farq tufayli daromadni jalb qilish maqsadida amalga oshiriladi. Reeksport operatsiyalariga tovarlarni erkin hududdan olib chiqib ketish, shuningdek, yozma omborlar ham kiradi. Ular bojxona statistikasida eksport operatsiyalari kabi hisoblanadi.

Import. Import deganda, quyidagilar tushuniladi va hisobga olinadi:

- mamlakatga xorij tovarlarini bevosita ishlab chiqaruvchi-mamlakatdan yoki vositachi mamlakatdan o'z ehtiyojlari uchun, sanoat, qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa korxonalar uchun yoki mamlakat ichkarisida qayta ishlash maqsadida yoki keyinchalik uni mamlakatdan olib chiqib, sotish maqsadida olib kirilgan tovarlar;

- tovarlarni erkin hududlardan va yozma omborlardan olib kirish;

- ilgari olib chiqib ketilgan, chegara ortida qayta ishlanmagan tovarlarni mamlakat ichiga olib kirish. Bunday import reimport deb ataladi. Reimport tovarlariga quyidagilar kiradi: auksionlarda sotilmay qolgan, konsignatsion omborlardan qaytgan, xaridor tomonidan yaroqsiz deb topilgan tovarlar;

- tovarlarni bojxona nazorati ostida qayta ishlash. Ularga quyidagi tovarlar kiradi: bunda mamlakatga qayta ishlash uchun olib kirilgan va qayta ishlanib, umuman boshqa ko'rinishga keltirilgan tayyor mahsulotlarni xorijga chiqarish tushuniladi.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, eksport va import qiymatiga TMK bosh kompaniyalari taklif etgan tovarlar, boshqa mamlakatlar hududida bo'lgan shu'ba kompaniyalari tovarlari ham kiradi. Bundan tashqari, eksport va import tovarlari qiymatiga quyidagilar kiradi:

- komplekt uskunalar va materiallarni etkazib berish qiymati, texnik xizmat ko'rsatish qiymati qo'shilgan holda;
- litsenzion chegirmalar;
- yarmarka va ko'rgazmalarda savdo vositachilari orqali sotib olingan yoki sotilgan tovarlar qiymati;
- xorijiy kontragentga ijaraga berilgan va bojxona chegarasi orqali joylashtirilgan tovarlar qiymati (aloqada hisoblanadi va nashr qilinadi).

Bojxona hududi. Bojxona hududi, deganda tovarlarni olib kirish va olib chiqishda nazoratni amalga oshiradigan yagona bojxona muassasasi tushuniladi. Bojxona hududi chegarasi mamlakatning davlat chegarasi bilan mos kelmasligi mumkin: bojxona uyushmalarida ikki yoki bir necha davlatlar, mamlakatdagi erkin hududlar va boshqalar ham bo'lishi mumkin. Bojxona hududi chegarasi har bir mamlakat hokimiyati tomonidan belgilanadi va alohida muhr bilan tasdiqlanadi.

Yozma ombor. Yozma ombor, deganda tovar bojxona nazorati ostida qaerda bo'lsa, o'sha erdagi aniq bojxonada ro'yxatdan o'tgan joy va maydonlar tushuniladi.

Yozma omborxonalarga joylashtirilgan tovarlar har qanday boshqa tovarlar bilan aralashtirilmasligi lozim. Masalan, bojxona ko'rigidan o'tish uchun navbat poylayotgan tovarlar, to'g'ri tranzit orqali boshqa mamlakatga o'tkazilayotgan tovarlar va boshqalar bilan almashtirilmaydi.

Tranzit operatsiyalari. To'g'ri tranzit, deganda tovarlarni bir mamlakatdan ikkinchi bir mamlakatga boshqa uchinchi mamlakat hududi orqali olib o'tish tushuniladi. U eksportga ham, importga ham kirmaydi, transport vositalari ko'rinishlari bo'yicha, tashilayotgan yuk miqdori, yuborilayotgan mamlakat va mo'ljallangan mamlakat bo'yicha hisobga olinadi. Egri tranzit deyilganda, tovarlarni qayta ishlangan ko'rinishda boshqa mamlakatga olib borish maqsadida bojxona omborida omborlashtirish tushuniladi.

Erkin hududlaridagi operatsiyalar. Erkin xudud deganda asosan, bir mamlakat bojxona xududidan tashqarida joylashgan port xududlari tushuniladi. Bu xududlarga olib kirilgan tovarlar barcha bojxona bojlaridan ozod qilinadilar.

Erkin hudud omborlaridagi tovarlar ularning reeksportiga yoki bojxona chegarasi orqali mamlakat ichiga olib kirib ketilguniga qadar saqlanadi. Tovarlarni mamlakat ichiga olib kirib ketilganida belgilangan bojxona bojlari to'lanadi, reeksportda esa, tovarlar har qanday bojxona rasmiyatchilgisiz olib chiqib ketiladi.

Erkin hududlarda quyidagi operatsiyalar amalga oshiriladi: xomashyo tovarlarini tozalash va quritish, etiketkalarini yopishtirish, konserva bankalarini kalitlar bilan ta'minlash, ichimliklarni quyish va chakana holda qadoqlash, assortiment bo'yicha tovarlarni tanlash, tovarlarni saralash, qayta qadoqlash va boshqalar kiradi.

3.2. Eksport-import operatsiyalarini boshqarishning

savdo-siyosiy vositalari

Bojxona tarifini boshqarish

Bojxona tarifi – savdo oqimlarini boshqarishning asosiy vositasi hisoblanadi. U dunyoning barcha mamlakatlarida qo'llaniladi. Bojxona tarifining katta qismi bojxona bojini to'laydigan tovarlar ro'yhatini tizimlashtiradi.

Milliy bojxona tariflari qatorida mamlakatlarning hududiy savdo-iqtisodiy uyushmalari doirasidagi yagona bojxona tariflari ham mavjud. Bunday uyushmalarning ishtirokchilari savdodan olinadigan bojxona bojlarini bekor qiladilar va uchinchi mamlakat bilan birga umumiy bojxona tarifini o'rnatadilar.

Harbiy Evropa mamlakatlari hududiy iqtisodiy uyushmasi – Evropa kengashi (EK)(1993 yilgacha Evropa hamjamiyati deb nomlangan) juda katta ahamiyatga ega.

EKning bojxona tizimi milliy bojxona qonunchiligi o'rnini bosuvchi yagona me'yor va qoidalarni ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish masalalarini ko'rib chiqadi. Ularga, avvalo, tovarlarning bojxona bahosi, tovar chiqarilgan mamlakatning qonun-qoidalari, tovarlarni olib kirish va olib chiqishning alohida tartiblari, franshizlar va boshqalar tegishlidir.

Uchinchi mamlakat bilan EK a'zo mamlakatlari savdo munosabatlarida qo'llaniladigan yagona bojxona tarifi (YaBT) 1968 yil 1 iyuldan o'z faoliyatini boshlangan. Rim shartnomasining 28-moddasiga muvofiq, YaBT bojining har qanday

o'zgarishi yoki ular faoliyatining vaqtincha to'xtatilishi EK komissiyasi taklifi asosida EK qaroriga muvofiq amalga oshiriladi.

YABTdagi sanoat tovarlariga bojxona bojarining asosiy qismi olib kirilgan tovar narxidan foizlar ko'rinishida ko'rsatiladi, kam qismi esa og'irlik, hajm va boshqalar birilgining qiymati ko'rinishidagi bojlarga to'g'ri keladi.

YABT da ikki guruh bojxona bojlari mavjud: avtonom va shartnomaviy (konventsion). Avtonom bojar YABTning shakllanishida EK ishtirokchilari bilan kelishilgan dastlabki darajani aks ettiradi. Shartnomaviy bojar GATT doirasidagi ko'ptomonlama shartnomalarning bir necha turlariga kirishishda EK tomonlarining o'zaro tarifli yonbosishi natijasida yuzaga keladi. YABTning boj darajasi unchalik yuqori emas (modomiki, mahalliy ishlab chiqaruvchilar tovarlari bilan raqobatlashuvchi ko'pgina tovarlarga ayrim hollarda 20% gacha etuvchi yuqori bojar solinadi).

EK mamlakatlariga reeksport yoki qayta ishlash uchun olib kirilgan tovarlarga bojxona boji, soliqlar va yig'malar talab qilinmaydi. Bu asosan, EK a'zo mamlakatlaridagi qo'shma Rossiya-xorij firmalari, yoki mahalliy firmalar avtomobillariga, stanok va boshqa tovarlariga tegishlidir.

Boj tarif boshqaruvining asosiy vositasi antidemping bojarini qo'llash hisoblanadi. Ular eksport tovarlari pasaytirilgan narx yoki demping narxlarda sotilgan hollarida o'rnatiladi.

Demping deganda, bir mamlakat tovarlarining boshqa mamlakat bozorida uning me'yoriy qiymatidan past narx bo'yicha sotilishi nazarda tutiladi. Bunday hollarda boshqa mamlakat mazkur tovarga qo'shimcha antidemping bojarini qo'llash huquqiga ega. Bu bojar pasaytirilgan mazkur tovarning eksport narxi va me'yoriy qiymati orasidagi farq hajmida bo'ladi.

Keyingi yillarda EK komissiyasi mahalliy ishlab chiqaruvchilarni raqobatchilardan himoya qilish vositasi sifatida antidemping tadbirlaridan tez-tez foydalanib kelmoqda. Bu, avvalo, Osiyo, xususan, elektron va tekstil mahsulotlari bilan shug'ullanuvchi Janubiy Koreya, Yaponiya mamlakatlariga xosdir.

EK ichidagi demping arzon, tovar o'zi ishlab chiqarilgan mamlakatga shunday arzon narxda qaytishi lozimligini hisobga oladi.

Antidemping muolajalarini olib boruvchi EK komissiyasi quyidagi kriteriyalar bo'yicha rahbarlik qiladi:

- «me'yoriy qiymat» va «tovarning me'yoriy narxi» ni o'rnatish;
- EK mamlakatlariga o'xshash tovarlarni ishlab chiqarish bilan zararlarni qoplashni amalga oshirish.

EKda qo'llaniladigan hisob uslubiga muvofiq, «tovarning me'yoriy narxi» deganda, o'xshash tovar import qiluvchi mamlakati ichki bozorida sotiladigan yoki EK mamlakatlariga kirgan uchinchi mamlakat ichki bozorida sotiladigan narx tushuniladi.

Uchinchi mamlakat bozoridagi o'xshash tovarlarning «loyihalashtirilgan» qiymati deganda, ishlab chiqarish chegirmalari yoki daromad hajmining murakkab yo'l bilan olingan tovar qiymati tushuniladi. Bunda ishlab chiqarish chegirmasi barcha xarajatlar asosida hisoblanadi. Bu harajatlar asosan, tovar ishlab chiqarilgan mamlakatda bo'ladi, ya'ni ishlab chiqarish, materiallar, sotish xarajatlari, boshqaruv apparati mazmuni va boshqa xarajatlarda ko'zga tashlanadi. Agar «me'yoriy narx» va «loyihalashtirilgan qiymat» hisob asosida olinmasa, to'langan yoki EK mamlakatida daromad hajmi bilan qo'shilgan holda o'xshash tovarning to'lov narxi hisobga olinadi.

Eksport qiluvchi narxi va «me'yoriy narx» ni qiyoslash bir bazada (franko-zavod) tijorat operatsiyalariga tegishli holda bir vaqtda o'tkazilishi lozim. Ikkala narx ham tovarning sifat tavsifi, etkazmalarining miqdori va sifati bo'yicha qiyosiy tarzda amalga oshiriladi. Bunda ularga transportirovka, omborlashtirish, qayta yuklash, sug'urta va boshqalar bo'yicha xarajatlar hisobi va sotuvdan keyin xizmat ko'rsatishi ham qo'shiladi.

EK qoidalariga muvofiq ravishda antidemping muolajalari tekshiruv boshlangan paytdan boshlab bir yil davomida amalga oshirilishi lozim. Agar demping isbotlangan hollari bo'lsa, unda bu masala quyidagi tarzda boshqariladi:

- eksport qiluvchi tomonidan narxni oshirish yoki tovar miqdorini kamaytirish majburiyatining qabul qilinishi;

- antidemping bojini o'rnatish.

Birinchi holatda eksport qiluvchi o'z zimmasiga tovarni kelishilgan minimal narxdan past bo'lmagan narx bo'yicha yoki kelishilgan miqdorda qo'yish, va uni EK komissiyasiga uning xajmi va narxi haqida axborot berish hamda nazorat qilish majburiyatini oladi.

Antidemping bojar avval vaqtinchalik, keyin esa tugallangan ko'rinishga ega bo'ladi. Vaqtinchalik bojar antidemping muolajasini o'tkazish davomida to'rt oyga, ikki oy uzaytirish imkoniyati bilan belgilanadi. Bu davr mobaynida tovar eksport qiluvchi tomonidan vaqtinchalik antidemping bojlari undiriladigan summada garov to'lash sharoitida ichki iste'mol uchun import qiluvchi bojxonasi chegarasidan bimalol o'tishi mumkin. Garov eksport qiluvchiga demping fakti o'rnatilmagan taqdirda qaytariladi. Aks holda esa, vaqtinchalik bojga mos keladigan hajmda tugallangan antidemping bojlari kiritiladi.

EK qonunlariga muvofiq, antidemping bojlari darajasi belgilangan demping kattaligidan oshib ketishi kerak emas, balki undan ham past bo'lishi lozim.

Antidemping bojlari stavkalari quyidagi usullarning biri bilan qayd qilinadi:

- bojxona boji to'languniga qadar EK chegarasida tovarning eksport narxidan foizlarda;

- mahsulot birligida EKYU summasida faoliyat muddati davomida o'zgarmaydigan aniq ko'rinishda;

- EK chegarasidagi eksport narxi bilan (bojxona bojisiz) EK komissiyasi tomonidan belgilangan tovarning «me'yoriy narxi» o'rtasidagi farq sifatida. Bunday hollarda EKYUga nisbatan boj stavkasi sirg'anuvchan bo'ladi: eksport narxi oshganida u kamayadi, aksincha bo'lsa, oshadi. Buning natijasida EK komissiyasi tomonidan minimal darajada past narx bo'yicha tovarni olib kirish imkoniyati tuqiladi.

Antidemping bojlari 5 yilgacha muddatda olib boriladi. Bu davr mobaynida ular EK komissiyasi tashabbusi bo'yicha a'zo mamlakatlar yoki har qanday boshqa manfaatdor tomon va eksport qiluvchi tomonidan ham ko'rib chiqilishi mumkin.

Eksport-import operatsiyalarini litsenziyalashtirish

Mahalliy firmalar tomonidan xalqaro savdo bitimlarini amalga oshirishni davlat tomonidan tartibga solinishi va nazorat qilinishi eksport-import operatsiyalarini litsenziyalashtirish tizimi orqali amalga oshiriladi.

Litsenziyalashtirish tizimi davlat organlari va tashkilotlardan eksport va import litsenziyalari deb atalgan eksport va import bitimlarini tuzish uchun maxsus ruqsatnoma olishning aniq tartibini o'rnatishni nazarda tutadi.

Importni litsenziyalashtirish asosida, odatda, kontengentlarga aniq belgilangan davrda miqdoriy cheklovlarni (hoidaga muvofiq kalendar yilida) aniq tovarlarni belgilangan qiymat va miqdor ko'rinishida olib kirish ishlari amalga oshiriladi. Kvotalardan foydalanishni kuzatish beriladigan import litsenziyalarini qayd qilish vositasida olib boriladi. Eksportni litsenziyalash aniq nomenklaturali tovarlarni olib ketilishini nazorat qilish vositasi sifatida yoki tovar oqimlarini statistik hisob-kitob qilish maqsadida amalga oshiriladi.

Ko'rinishi bo'yicha litsenziyalar bosh va individualga bo'linadi. Bosh litsenziyalar aniq davr mobaynida doimiy amal qiluvchi ruhsatnoma bo'lib, u firma yoki boshqa xo'jalik tashkiloti tomonidan eksport-import uchun unda ko'rsatilgan tovarlarni sifat va miqdor bo'yicha cheklanmagan tarzda mamlakatlar yoki bir mamlakat litsenziyasi hisobida taklif etadi. Individual litsenziya - unda ko'rsatilgan tovarning aniq xalqaro savdo bitimlarini amalga oshirish uchun bir marotaba beriladigan ruhsatnomadir. Individual litsenziyada, shuningdek, tovar oluvchi haqida, tovar miqdori va qiymati, litsenziyaning amal qilish muddati ham ko'rsatiladi.

Litsenziyani berish va olish tartibi eksport va import kvotalarning miqdoriy cheklovlari haqidagi, ular faoliyatining muddati va mamlakatlar bo'yicha taqsimlanishi, shuningdek, litsenziya berish vakolatini olgan organ va tashkilotlar

haqidagi ma'lumotlarni nashr qildirish majburiyatini ko'rib chiquvchi milliy qonunchilik me'yorlari bilan amalga oshiriladi.

Litsenziyalashtirish vaqtinchalik chora bo'lsa ham, haqiqatda u tashqi savdo operatsiyalarini xalqaro tartibga solishning amaliy vositasi hisoblanadi, modomiki, u ishlab chiqarishda qo'llaniladigan import va mahalliy xomashyo orasidagi aniq tenglik vujudga kelishiga yordam beradi va to'lov balansi tengligini ta'minlaydi. Shuningdek, litsenziyalash importning tez o'sishi va mahalliy ishlab chiqaruvchilar tovarlarining zarar keltirish xavfi tug'ilganida, mamlakatga olib kirishga ruhsat etilgan tovarlarning miqdori va qiymatini cheklash imkoniyatini beradi.

Jahon xalqaro amaliyoti ko'rsatadiki, litsenziyalashtirish xorijiy valyutani sarflashni nazorat qilish maqsadida va mamlakat uchun zarur bo'lgan tovarlarni xorijda sotishni cheklash uchun qo'llaniladi. Litsenziyalashtirish ichki bozorda narxni oshirmasdan turib ehtiyojlarni ta'minlovchi mahsulot eksportini cheklash uchun ham asosiy rol o'ynaydi. Bundan tashqari, litsenziyalashtirish mamlakat to'lov balansi va savdoni boshqarishda, xorijiy valyutaga xarajatlarni qisqartirishda stixiyali qashshoqlik, xarbiy xarakatlar, hosilsizlik va boshqalarni keltirib chiqaruvchi iqtisodiyotning vaqtincha qiyinchiliklarini engishda katta ahamiyatga ega. Litsenziyalashtirishdan, shuningdek, savdodagi diskriminatsion tadbirlarga qarshi vosita sifatida ham foydalaniladi.

Zamonaviy sharoitlarda harbiy Evropa EK a'zo mamlakatlarida o'zaro tovar aylanmasida eksportni litsenziyalash cheklangan tovarlar doirasida, asosan, ichki bozorda talab yuqoriligi vaqtincha sezilgan tovarlar orasida keng tarqaladi. Importni litsenziyalashtirish ichki bozorda o'tkir raqobatni his qiluvchi «nozik» tovarlarga nisbatan qo'llaniladi. Bunday tovarlarga, birinchi navbatda, to'qimachilik mahsulotlari va qora metallar kiradi.

Bojxona soliqlar va yig'implari

Soliq va yig'implar xalqaro tijorat operatsiyalarini tartibga solishning asosiy vositasi hisoblanadi. Zamonaviy sharoitlarda ularning roli oshib bormoqda. Soliq va yig'implar odatda, ichki va chegaraviyga bo'linadi. *Chegaraviy soliqlarga* mahalliy

tovarlardan olinadigan, o'z belgisiga ko'ra egri soliqqa mos keladigan teng soliqlar kiradi. Bu soliq import tovarlardan olinadigan ayrim yig'imlar va bojxona bojlari qo'shilgan narx bo'yicha hisoblanadi. Yig'imlarga gerb yig'imlari, port, statistika, fitosanitar yig'imlar, bojxona rasmiyatchiligini qayd etish xarajatlarini qoplash maqsadida yig'iladigan yig'imlar kiradi. EK yagona agrar siyosati faoliyati doirasiga kiruvchi qishloq xo'jaligi tovarlarini import qilishda sirg'anuvchan kompensatsiya yig'im yoki shunday yig'imga mos keluvchi bojxona boji olinadi.

Ichki soliqlar aktsiz yig'imi, qayd qilish solig'i, yo'l yig'imi va boshqalardan tashkil topadi.

BHK (bojxona hamkorligi kengashi) faoliyatining asosiy yo'nalishi bojxona tariflaridagi tovarlar tasnifi uchun yagona soddalashtirilgan nomenklaturani yaratish hisoblanadi.

BHK faoliyatining dolzarbligi xalqaro tovar aylanmasi tuzilmasidagi siljishlar, uning nomenklaturasida yangi murakkab tovarlar paydo bo'lishi bilan, TMK ichki firmaga oid almashinuvning sezilarli kengayishi va shu bilan bog'liq holda turli mamlakatlarda bojxona hisobini soddalashtirishdan manfaatdorlikning o'sishi bilan, xududiy tashkilot va uyushmalar doirasida o'zaro iqtisodiy aloqalarning kelajakda rivojlanishi bilan, bojxona ishining kompyuterlashtirilishi bilan xarakterlanadigan zamonaviy sharoitlarda ancha kuchaydi. Bu barcha shart-sharoitlar eksport-import operatsiyalari statistik hisobining standartlashgan shaklini ishlab chiqish bo'yicha bojxona hamkorligi Kengashi faoliyatini, garmonlashtirilgan tasvir tizimini yaratishni va tovarlarni kodlashtirishni rag'batlantiradi.

Garmonlashtirilgan tasvir tizimi va tovarlarni kodlashtirish

Garmonlashtirilgan tasvir tizimi va tovarlarni kodlashtirish (GS) 1988 yil 1 yanvardan kuchga kirgan. GS bojxona hamkorligi bo'yicha garmonlashtirilgan tizim (1973 yilda tashkil etilgan) Kengashi bo'yicha qo'mita tomonidan ishlab chiqilgan.

GS xalqaro savdo muomalasidagi barcha tovarlarni birlashtiradi. U quyidagi maqsadlarda qo'llaniladi:

- tijorat va bojxona xujjatlarini tuzishni soddalashtirish;
- ularni avtomatik qayta ishlashni engillashtirish;

- barcha parametrlar bo'yicha (hajm, qiymat, mo'ljallangan mamlakat va boshqalar) tashqi savdo yuklarini hisobi, tasnifi, ko'chirmalar xarajatlarini tejash;
- yig'im, hisob va tashqi savdo bo'yicha ma'lumotlarni qiyoslashni, iqtisodiy tahlil yuritishni soddalashtirish. GS asosidagi turli xujjatlarni jamlagan ma'lumotlar samarali, tushunarli va ishonchlidir;
- tashqi savdo tarmoqlarining GATTning tarifli imtiyozlariga almashtirilishini soddalashtirish.

Garmonlashtirilgan tizim nomenklaturasining tuzilmasi (GTN)

GTNning asosiy elementlari ikki tizimdan iborat: tasniflash tizimi va kodlashtirish tizimi. Tasniflash tizimi olti bosqichdan iborat: bo'limlar (21), guruhlar (96), guruh ostidagilar (33), tovar o'rinlari (1241), o'rinostilar (3553), subpozitsiyalar (5019).

Tasnif tizimiga muvofiq ravishda tovarlar turli belgilari bo'yicha guruhlanadi: kelib chiqishi bo'yicha, ko'rsatmasi bo'yicha, qayta ishlanish darajasi bo'yicha. Guruhlarni yiriklashtirib, quyidagi tarzda detallashtirish mumkin:

- *Ko'rsatmasi bo'yicha:*
 - oziq-ovqat mahsulotlari va ichimliklar;
 - sanoat xomashyosi;
 - issiqlik va moylash materiallari;
 - mashina va uskunalar, ularning instrumentlari;
 - transport vositalari (ishlab chiqarish uchun va shaxsiy ehtiyoj uchun);
 - xalq ehtiyoji uchun sanoat tovarlari.
- *Qayta ishlash darajasi bo'yicha:*
 - xomashyo tovarlari (ishlab chiqarish va noishlab chiqarishga mo'ljallangan);
 - yarim tayyor mahsulotlar (ishlab chiqarish va noishlab chiqarishga mo'ljallangan);
 - tayyor mahsulotlar (ishlab chiqarishga mo'ljallangan, iste'mol tovarlari);

Ko'p tomonlama bojxona-tarifini tartibga

solish masalalari bo'yicha kelishuvlar

Bojxona maqsadida tovarlarni baholash bo'yicha kelishuvlar

Bojxona tarifini amaliyotda qo'llash bojxona bojini to'lash maqsadida tovar qiymatini baholash uslublari bilan chambarchas bog'langan. Bojxonani baholash milliy uslubiyotining farqi, odatda, notarif to'siq (barer)lar guruhida hisoblanadi va proteksionistik barer sifatida bojlardan foydalanish imkonini beradi. Agar bojxonani baholash uslubi import qilinayotgan tovarning oshgan qiymatiga, advalor boj (tovar og'irligi yoki miqdoridan olinadigan maxsus bojdin farqli ravishda tovar qiymatidan olinadi) qo'llanilishiga olib kelsa, bu xuddi tarif stavkasi oshishiga ta'sir ko'rsatadi.

GATT doirasida tovarlardan boj olish maqsadida baholash bo'yicha kelishuv ishlab chiqilib, 1981 yilda kuchga kirgan. Bu kelishuv bo'yicha import qilinayotgan tovar qiymatini baholash uchun schet-faktura baza vazifasini o'taydi. Baholashning bunday uslubi GATT da ishtirok etuvchi mamlakatlar uchun majburiydir. Bu kelishuvga BHKning 36 a'zosi qo'shilgan.

Taklif etilayotgan uslubga muvofiq, boj to'lanadigan import tovarlar o'z haqiqiy narxlariga asoslanadi. Bunda quyidagi qo'shimchalar hisobga olinadi: komission sotuvchilar; qadoqlash qiymati, shuningdek, xaridorning mazkur tovarni o'zlashtirish bilan bog'liq boshqa xarajatlari.

Haqiqiy narx bazasida bojxona bazasi haqidagi nizom barcha savdo bitimlarida qo'llaniladi, o'zaro aloqador hamkorlar bundan mustasno, ularning bu aloqasi tovar narxiga ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari kelishuvda o'zaro aloqaning mavjudligi schet-fakturada ko'rsatilgan narx asosida bojxona bahosini amalga oshirishdan voz kechish uchun asos bo'la olmasligi ham ta'kidlangan. Kelishuv matniga TMKning ichki firmaga oid kanallari bo'yicha tovar o'tkazishga bojxona maqsadlarini qo'llash imkoniyatini kamaytiruvchi aniq ilovalar ham kiritiladi.

Agar o'zaro aloqadagi hamkorlar o'rtasidagi bitimlarda tovar narxi uning real qiymatiga mos kelmasa, egri bahoning boshqa to'rt uslubidan foydalanish lozim:

Bir mamlakatga eksport qilinayotgan o'xshash tovar tashqi savdo narxlarini qiyoslash;

Deduktiv uslubda birinchi narxi, chegirma va boshqa qo'shimcha qiymat ulushini hisobga olmaganda, import qilinayotgan tovar asosida tovar qiymati hisoblanishi bilan muvofiqlashadi, bu bosqichda tovarlarning iste'molchiga tomon xarakatlanishi yuzaga kelishi muqarrardir (bu uslub odatda, tovar importdan keyin qo'shimcha qayta ishlashga muhtoj bo'lmagan hollarida qo'llaniladi);

Hisob qiymati uslubi ishlab chiqarish xarajatlariga asoslanadi va xomashyo hamda materiallarni o'zlashtirish, ularni qayta ishlash xarajatlari va tovar ishlab chiqarish bilan bog'liq ayrim boshqa harajatlarning o'rtacha daromadlari yig'indisiga asoslanadi;

agar import qilinayotgan tovarning hisob qiymatida belgilangan uslublarning hech birini qo'llash imkoni bo'lmasa, kelishuv tamoyillariga mos keluvchi boshqa uslublarni qo'llash mumkin;

bojxona bahosi bo'yicha kelishuvlarni amalga oshirish maqsadida sif va fob narxlari tatbiq etiladi. Shu tarzda bojxona bahosida kelishuvning boshqa ko'pchilik ishtirokchilari sif narxini qo'llayotgan bir paytda, AQShda fob narxidan foydalanib kelinmoqda;

ko'pgina kelishuv ishtirokchilari mamlakatlari amaliyotida bojxonani baholash uchun, asosan, shartnoma bahosidan foydalaniladi. Ular shartnoma narxiga qo'shilishi mumkin bo'lgan komponent qiymati miqdorini cheklash uchun ishtirok etadilar. Bunday hollarda ko'pincha TMKning firmaga oid ichki operatsiyalarini haddan ziyod murakkablashtirishni istamaslik yashiringan bo'ladi.

Preferentsiya umumiy tizimi (PUT)

Bu tizim doirasida iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar rivojlanayotgan mamlakatlardan tovarlarni import qilishda bojxona tarif imtiyozlarini bir tomonlama tartibda taklif etadilar.

YUNKTAD qarori bo'yicha tashkil etilgan va 70-yillar boshlaridan beri faoliyat yuritadi (PUT tizimi EK va Yaponiyada 1971 yildan, Avstriya, Norvegiya, Shvetsiya, Shveytsariya, Finlandiya, Yangi Zelandiyada 1972 yildan, Kanadada 1974 yildan, AQShda esa 1976 yildan boshlab faoliyat yuritgan). Bu tizim ko'p tomonlama

bojxona tarifini tartibga solishning alohida ko'rinishi hisoblanadi. Bu tizim doirasida preferentsiyalar bojlarni butunlay bekor qilingan yoki ular sezilarli pasaygan shaklda taklif etiladi.

Bundan tashqari, tarif imtiyozlari rivojlanayotgan mamlakatlar tovarlarini zamonaviy sanoat eksporti uchun zarur hisoblanganlar qatori, xususan, to'qimachilik, charm va uning mahsulotlari, neft mahsulotlari, qayta ishlangan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining katta qismi kengaymaydi. Bundan tashqari, iqtisodi rivojlangan mamlakatlarning barcha prefentsiyalarida cheklovlarining turli xillari belgilangan. Bojsiz import yoki rivojlanayotgan mamlakatlardan tovarlarni pasaytirilgan narxlarda olib kirishni miqdoriy cheklash juda keng tarqalgan. (kvota ustida eksportga preferentsial tartib kengaytirilmagan).

Biz mazkur bobda eksport-import operatsiyalarining mohiyati, bojxona hududi, tranzit operatsiyalar, eksport- import operatsiyalarini boshqarishning savdo-siyosiy vositalarini ko'rib chiqdik.

Qisqa xulosalar

Eksport-import operatsiyalari, deganda moddiy ashyo shakliga ega tovarlar oldi-sotdisi bilan bog'liq tijorat faoliyati, tovarlarni chegaradan olib chiqish va sotish va xorijiy kontragentga uzatish bilan, o'z mamlakatining bozorlariga xorij tovarlarini olib kirish va sotish bilan bog'liq faoliyat tushuniladi.

Eksport import operatsiyalari, agar tovarlar davlat chegarasi orqali kontragent mamlakatiga o'tkazilgandagina, statistik hisob uchun zarur ma'lumotlar topshirilgan, ma'lum bojxona rasmiyachiliklari va muolajalarini bajarilganidan keyingina amalga oshirilgan deb hisoblanadi.

Bojxona hududi, deganda tovarlarni olib kirish va olib chiqishda nazoratni amalga oshiradigan yagona bojxona muassasasi tushiniladi. Bojxona hududi chegarasi mamlakatning davlat chegarasi mali mos kelmasligi mumkin.

Yozma ombor deganda tovar bojxona nazorati ostida qaerda bo'lsa o'sha erdagi aniq bojxonada ro'yxatdan o'tgan joy va maydonlar tushuniladi.

To'g'ri tranzit, deganda tovarlarni bir mamlakatdan ikkinchi bir mamlakatga boshqa uchinchi mamlakat hududi orqali olib o'tish tushuniladi.

Erkin xududlaridagi operatsiyalar. Erkin xudud deganda asosan, bir mamlakat bojxona xududidan tashqarida joylashgan port xududlari tushuniladi. Bu xududlarga olib kirilgan tovarlar barcha bojxona bojlaridan ozod qilinadilar.

Bojxona tarifi – savdo oqimlarini boshqarishning asosiy instrumenti hisoblanadi. U mana shu maqsadda dunyoning barcha mamlakatlarida qo'llaniladi. Bojxona tarifining mal qismi bojxona bojini to'laydigan tovarlar ro'yhatini tizimlashtiradi. Boj tarif boshqaruvining asosiy vositasi antidemping bojlarini qo'llash hisoblanadi. Ular eksport tovarlari pasaytirilgan narx yoki demping narxlarda sotilgan hollarida o'rnatiladi.

Demping deganda, bir mamlakat tovarlarining boshqa mamlakat bozorida uning me'yoriy qiymatidan past narx bo'yicha sotilishi nazarda tutiladi. Eksport-import operatsiyalarini litsenziyalashtirish tizimi xalqaro savdo bitimlarini mahalliy firmalar tomonidan amalga oshirishni davlat tomonidan tartibga solinishi va nazorat qilinishi vositalarini o'zida mujassamlashtiradi. Litsenziyalashtirish vaqtinchalik chora bo'lsa ham haqiqatda u tashqi savdo operatsiyalarini xalqaro tartibga solishning amaliy instrumenti hisoblanadi. Soliq va yig'imlar xalqaro tijorat operatsiyalarini tartibga solishning asosiy vositasi hisoblanadi. Zamonaviy sharoitlarda ularning roli oshib bormoqda. Soliq va yig'imlar odatda, ichki va chegaraviyga bo'linadi. Bojxona tarifini amaliyotda qo'llash bojxona bojini to'lash maqsadida tovar qiymatini baholash uslublari bilan chambarchas bog'langan. Ko'pchilik kelishuv ishtirokchilari mamlakati amaliyotida bojxonani baholash uchun, asosan, shartnoma bahosidan foydalaniladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Eksport-import operatsiyalarining mazmuni va uslublari qanday?
2. Eksport-import operatsiyalari tushunchasi va ularning ko'rinishlari qanday?
3. Xalqaro tijorat operatsiyalarining amalga oshirish usullari qanday?
4. Eksport-import operatsiyalarini boshqarishning savdo-siyosiy vositalari qanday?

5. Bojxona tarifini boshqarish qanday amalga oshiriladi?
6. Eksport-import operatsiyalarini litsenziyalashtirish qanday amalga oshiriladi?
7. Bojxona soliqlar va yig'implari deganda nimani tushunasiz?
8. Garmonlashtirilgan tizim nomenklaturasining tuzilmasi (GTN yoki GNT) nima uchun kerak?
9. Ko'p tomonlama bojxona-tarifini tartibga solish masalalari bo'yicha kelishuvlar nima uchun kerak?
10. Bojxona maqsadida tovarlarni baholash bo'yicha kelishuvlar qanday?
11. Preferentsiya umumiy tizimi (OSP yoki PUT) qanday amalga oshiriladi?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К.
4. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
5. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
6. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
7. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:Телеком.- 2008. - 480 с.

4-BOB. XALQARO SAVDO BITMLARI TUZISH TEXNIKASI VA TARTIBI

4.1.Oldi - sotdi shartnomalarni tuzishga tayyorgarlik

Eksport-import operatsiyalari amalga oshirishirilishi jarayonida **kontragentlar o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri aloqalar** ma'lum bir tijorat faoliyatini amalga oshirishni ko'zda tutadi. Bu faoliyat o'z ichida kelishuvni bajarishga kerak bo'lgan xujjatlarni to'ldirish, qayta to'latish va qayta ishlash bilan bog'lik bo'lgan aniq masalalarni qamrab oladi.

Bevosita eksport-import operatsiyalarini amalga oshirish bir-biriga bog'liq uch bosqichni o'z ichiga oladi: oldi-sotdi shartnomalarni tuzishga tayyorlash; oldi-sotdi shartnomalarini tuzish; oldi-sotdi shartnomalarni bajarish.

Har bitta bosqich o'z navbatida bir necha ketma-ket bosqichlarga bo'linadi. Eksport qiluvchining ham import qiluvchining ham asosiy vazifasi kontragentni izlash va tanlash hisoblanadi. Kontragentni tanlashda bir nechta savollar vujudga keladi: qaysi bozorda tovarni sotish va sotib olish; qaysi xorijiy xaridor yoki etkazib beruvchi bilan bitim tuzish bitimni tuzishga tayyorlanish davrida mo'ljallanayotgan kontragentga aloqani tanlash va o'rnatish amalga oshiriladi. Kontragentni tanlashda bozorning monopolizatsiya darajasi; qaysi firmalar bilan savdo aloqalarini davomiyligi; firma faoliyatini turi kabi omillar inobatga olinadi.

Kontragentlarni aniqlagandan keyin eksport qiluvchi yoki import qiluvchi ular bilan aloqa o'rnatishga kirishadi.

Eksport bitimini tayyorlash tartibi

Tijorat bitimlarni tayyorlash jarayonida sotuvchi xaqqoniy xaridor bilan aloqalarni o'rnatishning turli usullarini qo'llashi mumkin:

Kontragentlar o'rtasidagi to'g'ri aloqalar asosidagi tijorat bitimlariga tayyorlanish jarayonida sotuvchi salohiyatli xaridorlar bilan shartnoma o'rnatishning turli usullaridan foydalanishi mumkin:.

- bitim yoki bir nechta xorijiy xaridorlarga bevosita taklif (oferta) yuborish;
- xaridorning buyurtmasini qabul qilish va taqsimlash;

- xaridorga uning talabiga javoban kelajakdagi shartnomaning muayyan shartnomalarni ko'rsatib javob xati yuborish;
- milliy va xalqaro savdo sanoat ko'rgazma va yarmarkalarda ishtirok etish;
- bo'lajak xaridorga muayyan bitimni tuzish bo'yicha o'zingizni muzokaralarga tayyorligingiz to'g'risida axborot berish;
- aniq xaridorga shartnoma matnini yuborish (telefon, teletayp yoki teleks orqali erishilgan kelishuvlar asosida);
- reklama e'lonlarini axborot vositalari orqali tarqatish, kataloglarni import qiluvchi mamlakatning bozoridagi potentsial ist'molchiga yuborish.

Muzokaralar olib borish haqidagi taklif sotuvchidan chiqsa, u mo'ljaldagi xaridorga taklif – ofertani yuborishi mumkin.

Tijorat amaliyotida *oferta* deganda, odatda, sotuvchining mo'ljaldagi xaridorga aniq shart-sharoitdagi tovarlar partiyasini yuborishi haqidagi yozma taklifi tushuniladi. Bunday taklifni yuboruvchi shaxs yoki firma oferent deb ataladi.

Oferta bitimning barcha asosiy shartlarini tashkil qiladi: tovarning nomi, miqdori, sifati, narxi, etkazib berish sharti, muddati, to'lov sharti, turlari va qadog'i, qabul qilish-topshirish tartibi, etkazib berishning umumiy shartlari.

Xalqaro savdo amaliyotida ofertaning ikki ko'rinishi farqlanadi: qat'iy oferta va erkin oferta. Oferta ko'rinishlari haqida ularda muvofiq yozuvlar bo'lishi lozim.

Qat'iy oferta (Firm offer) – oferent tomonidan mo'ljaldagi xaridorga aniq tovarlari partiyasini sotish uchun yuborilgan yozma taklifi bo'lib, unda tovarning sotuvchi tomonidan bildirilgan taklif bilan bog'liq muddatda bu tovarni boshqa xaridorga taklif eta olmasligi muddati ham ko'rsatilgan bo'ladi. Agar xaridor ofertaning barcha shartlariga rozi bo'lsa, u sotuvchiga sotuvchining qat'iy ofertasi barcha shartlarini o'zgarishsiz qabul qilishi haqida tasdiqnoma xatini yuboradi.

Erkin oferta (Free offer) – bir xil partiya tovarlarini bir vaqtda bir necha xaridorga etkazishni mo'ljallaydi. U javob uchun vaqtni belgilamaydi. Xaridorning mazkur ofertada bayon etilgan kelishuvi qat'iy kontroferata bilan tasdiqlanadi. Kontrofertaning sotuvchi bilan tasdiqlaganidan keyin bitim tugallangan hisoblanadi. Sotuvchi kontrofertaning oldingi xaridorini, yoki u bitimni imzolashni

mo'ljallayotgan xaridorni aktsept⁵laydi. Agar sotuvchi bitimni xaridor bilan emas, boshqa kontragent bilan imzolagan bo'lsa, xaridor sotuvchiga hech qanday da'vo qila olmaydi.

Erkin oferta hozirgi sharoitlarda juda kam ishlatiladi. Sotuvchilar erkin bozorga kirmasdan, o'zlarining ishlab chiqarish faoliyatini aniq talabdan kelib chiqqan xolda amalga oshirishadi.

Kelishuv shartnoma tuzilmaganda adresat-xaridor tomonidan aktsept yubormasdan oldin xabarnoma olinsa, u holda taklif sotuvchi tomonidan qaytarib olinishi mumkin.

Ikkita holat bundan istisno:

- agarda taklifda qaytarib olinmaslik sharti yoki aktsept muddati belgilangan bo'lsa;
- qachonki adresat uchun taklifni qaytarib olinmaydigan sifatida qurish to'g'ri deb qarasa va shunga loyiq harakat qilsa.

Oferent bu xaqda adresatga xabar qilsa, kechiktirilgan aktsept o'zini kuchini yuqotmaydi.

Ayrim vaqtlarda oferta xaqiqiy tovarning sotish maqsadida amalga oshirilmaydi, balki monopolistik birlashmalar a'zolari o'rtasida bozorni bo'lib olish uchun ishlatiladi. Bunday oferta amaliyotda himoya ofertasi nomini oladi. Uning ma'nosi quyidagicha: agarda monopolistik birlashmaning a'zosi boshqa a'zo faoliyat ko'rsatayotgan hududdagi xaridorning ofertani jo'natish talabini olsa, u holda xaridorga uning uchun manfaatsiz taklif beradi - ataylab oshirilgan narxlar, etkazib berish muddatining uzoqligi va hokazolar xaridorni o'sha bozorni egasi ya'ni birlashmaning a'zosi bo'lishga chorlaydi.

Eksport bitimlarni tayyorlashning yana bir muhim, keng tarqalgan uslubi xaridorlardan olingan buyurtma shartlarini o'rganish, uni tasdiqlash, bajarishga tayyorlash yoki sababini tushuntirmasdan uni rad etish hisoblanadi.

Buyurtmani tasdiqlash – buyurtma shartlarni izoqlarsiz qabul qilish haqida xabarlarini o'zida aks ettiradigan tijorat xujjati hisoblanadi va eksport qiluvchini shartlarga so'zsiz roziligi to'g'risidagi ma'lumotni beradi.

Sotuvchi buyurtmaning quyidagi namunalarini ishlatishi mumkin:

- "Sizning 2 ta mini traktor etkazib berish to'g'risidagi№ buyurtmangizni olganimizni tasdiqlaymiz va uni bajarishga kirishamiz. Sizning buyurtmangiz puxtalik bilan va kelishilgan muddatda bajariladi".

Agar muzokaralarga kirish tashabbusi xaridordan chiqsa, uning sotuvchiga taklif (oferta) yuborishi haqida iltimosi talabnoma deb atalishi qabul qilingan. Talablarning asosiy maqsadlaridan biri eksport firmalaridan bir necha raqobatchi takliflarini olish hisoblanadi va uni tahlil qilish asosida eng yaxshisi tanlab olinadi. Buning uchun talablar, odatda, o'zaro raqobatlashuvchi turli mamlakatlarning shu tarmoq bo'yicha mashhur bo'lgan bir emas, bir necha firmalariga yuboriladi. Talabnomada kerakli tovarning aniq nomi, uning sifati, navi, miqdori aniq ko'rsatiladi. Mashina va uskunalarga taklif talabida ularning tayyorlanishi uchun zarur ma'lumotlar ko'rsatiladi. Talabning asosiy elementi xaridor uchun ma'qul bo'lgan etkazib berish muddatining ko'rsatilishi hisoblanadi. Bundan tashqari talabda xaridor taklifni qaysi sanagacha kutishi mumkinligi ham ko'rsatilishi lozim.

O'z mahsuloti xaridorining axborotlarini aniqlar ekan, sotuvchi, kutilayotgan bitim bo'yicha muzokaralar olib borish taklifi kiritilgan tijorat xatini ularga jo'natishi mumkin.

Savdo-sanoat yarmarka va ko'rgazmalarida ishtirok etishdan maqsad, firmaning erishgan yutuqlarini ko'rsatish va tijorat shartnomalarni tuzishdir.

Yarmarkalarda va ko'rgazma tuziladigan shartnomalarning asosiy turi, bu ko'rsatilgan namunalar bo'yicha ularni keyinchalik etkazib berish bitimlaridir.

Ekspонатlarning o'zlarini sotish bu kelishuvning boshqa turi Bunday bitimlarni tuzishda, xaridor sotib olingan tovarni yarmarka yoki ko'rgazma tugagandan keyin olib ketishi mumkinligi xaqida qayd etilishi ko'zda tutiladi. Bunday bitimlar odatda *franko-yarmarka* sharti asosida tuziladi. Ayrim xolatlarda sotuvchi (eksponent) tovarni etkazib berishni o'z bo'yniga olishi mumkin.

Eksport bitimini tayyorlash hujjatlari

Taklif (oferta) - shartnoma tuzish maqsadida tovarlarni taklif qilish shartlari aks ettiriluvchi hujjat

Shartnoma-xaridor va sotuvchi o'rtasidagi tovarlarni etkazib berish kelishuvi to'g'risida dalolat beruvchi hujjat.

Buyurtmani tasdiqlash: buyurtmani bajarish majburiyatini hamda shartlarni qabul qilinishini tasdiqlovchi hujjat.

Hisob-proforma: xaqiqiy hisobdagi axborotni o'z ichiga oluvchi va dastlabki yakuniy hisob sifatida sanaladigan hujjat bo'lib, u to'lov uchun asos bo'la olmaydi.

Tender – savdo(torg)larda ishtirok etayotgan oferentning buyurtmachining aniq talabiga javob beradigan taklifi bo'lib, unda xizmatlarning narxi aks ettiriladi va oferent tomonidan unda belgilangan ishlarni bajarishni o'z zimmasiga olishga roziligi ko'rsatiladi.

Import bitimini tayyorlash tartibi

Kontragentlar o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri aloqalardagi import bitimini tayyorlash jarayonida xaridor potentsial sotuvchi- eksport qiluvchi bilan aloqa o'rnatishning quyidagi usullardan foydalanishi mumkin:

- potentsial yoki ma'lum sotuvchiga buyurtmani yuborish;
- ishlab chiqarishga import qiluvchini qiziqtirgan tovarlarga talabnoma yuborish;
- ishlab chiqarishga uning reklama yoki axborotiga javoban o'zining munosabatini tijorat xati orqali bildirish;
- potentsial eksport qiluvchiga uning taklifiga javoban muzokaralarga tushish istagini tijorat xati orqali bildirish;
- eksport qiluvchi taklifiga e'tirozsiz aktsept jo'natish.

To'g'ridan-to'g'ri import kelishuvni tayyorlashning keng tarqalgan uslubi bo'lib, xaridorni qiziqtirgan tovarlar buyurtmasi asosida ishlab chiqarish hisoblanadi.

Buyurtma - tijorat hujjati bo'lib, unda xaridor sotib olmoqchi bo'lgan tovarlarining ishlab chiqarish, tayyorlash va tashqi savdo bitimini tuzish uchun zarur shartlarini belgilab beriladi. Amaliyotda buyurtmani doimiy kontragentlar bilan bo'lgan aloqada qo'llaniladi. Shuning uchun ko'p hollarda buyurtmada faqatgina tovarning nomi, uning hajmi, etkazib berish muddati aks ettiriladi. Qolgan shartlar avvalgi bitimlarga o'xshagan bo'lishi mumkin.

Buyurtmaga qo'shimcha qilib xaridor eksportyorga etkazib berishning aniq shartlarini o'z ichiga oluvchi spetsifikatsiyani, tovarni upakovka va markirovkalari bo'yicha ko'rsatmasi(instruktsiya)sini etkazib berish va hujjatlarni rasmiylashtirish bo'yicha axborot yuborishi mumkin. Agarda zarur bo'lsa buyurtmachi bo'lak – bo'lak etkazib berishning razmer va hajmlarini va ularga xos shartlarini ko'rsatishi mumkin. Shu bilan birga tovarni etkazish topshirilgan ekspeditorga tegishli shartlar: firma-ekspeditorining nomi, manzili, telefon va teleks nomerlari, transport vositasi ko'rsatilgan bo'ladi.

Eksportchi buyurtma va ularga qo'shimcha qilingan spetsifikatsiya shartlariga rozi bo'lsa, u buyurtmani tasdiqlaydi va *bitim tuzilgan* deb hisoblanadi.

Odatda importchi va eksportchi oldi-sotdi shartnomasi birxillashtirilgan buyurtma xujjatlariga ega bo'lishadi.

Xaridor buyurtmani quyidagi namunasidan foydalanishi mumkin:

Buyurtma № _____

_____ yil uchun Sizga buyurtma beramiz.

Buyurtma predmeti : _____

Narxi doll. _____ (yozuvda) bitta birlik uchun.

Butun partiya narxi _____ doll (yozma).

Etkazib berish muddati

To'lov shartlari _____

Boshqa xollarda "Inkoterms 2000" amal qiladi.

Imzolar

Sotuvchi

Xaridor

Xaridor importchi sotuvchining murojati (oferta, tijoat taklifi) ga qo'shimchalar kiritib, bahodan chegirmalar qilish va tovarni jo'natish vaqtini aniq belgilab berishni so'rab talabnoma yuborishi mumkin.

Rivojlanayotgan davlatlardagi xaridorlar mashina va asbob uskunalar savdosi bo'yicha import shartnomalarini tayyorlashda torglarni keng qo'llashadi.

Import bitimini tayyorlashni hujjatlashtirish

Talabnoma: unda aks ettirilgan tovarlarga bo'lgan qiziqishni bildirgan hamda etkazib beruvchiga taklif olish maqsadida jo'natiladigan hujjat.

Mo'ljallar xaqida xat: xaridor sotuvchining uning taklifi qabul qilganligi va shartnomani tuzishga tayyorligi haqida ma'lum qiladigan hujjat.

Buyurtma: o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- etkazib berish instruktsiyasi: xaridor tomonidan ekspeditorga buyurtma qilingan tovarlarni etkazib berish shartlariga qarashli instruktsiyalarni o'z ichiga oladigan hujjat;

- upakovka instruktsiyasi: o'z ichiga etkazib berish hajmlarni, ularga qarashli shartlar, ekspeditorning nomi, manzilgohi, telefon nomerlari, transport vositasi, tashuvchining nomi.

Tenderli hujjatlantirish buyurtmachining savdoda kutilayotgan takliflarning tuzilishiga bo'lgan talabini belgilaydi va o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- tender shartlari, tenderning proformasi, savdolarni o'tkazish shartlari, texnik-iqtisodiy hujjatlashtirish va boshqalar;

- buyurtmachining savdo ishtirokchisiga tender shartlariga bo'lgan talablari: tovarning nomi va hajmi, uning texnik - iqtisodiy tavsifi, asosiy tijorat va texnik shartlar, etkazib berish muddati, to'lov shartlari, narxi, arbitraj shartlari, jarimalar, kafolatlar.

Tender proformasi - oferent tomonidan tenderli hujjatlashtirish shartlar asosida ma'lum bir ishlarni amalga oshirishga rozilik berganda to'ldirilishi va imzolanishi kerak bo'lgan formulyarlardir.

4.2. Oldi-sotdi shartnomalarini imzolash tartibi va uni tayyorlash

Dastlabki shartnomalarni o'tkazish

Shartnomaviy munosabatlarni o'rnatish shartnoma tuzishga tayyorgarlik davrini o'tkazishni nazarda tutadi. Bu davrda bo'lajak bitim haqida dastlabki muzokaralar olib boriladi va shartnomaning asosiy shartlari kelishiladi. Bunday shartnomalar o'zaro yozishmalar (pochta, telegraf, teletayp va faks orqali) yo'li bilan,

shaxsiy uchrashuv yo'li bilan, telefon orqali olib borilishi mumkin. Odatda, bu usullar turli kombinatsiyalar bilan qo'shib ketadi, masalan, yozma usulda boshlangan muzokaralar telefon orqali yoki shaxsiy uchrashuvlarda davom ettirilishi mumkin.

Yozishma usuli buyurtmalar, talablar asosidagi bitimlarni imzolashda qo'llaniladi.

Buyurtma berish yo'li bilan tashqi savdo bitimlarini imzolashning asosiy afzalligi tezkorlik va tejamkorlik hisoblanadi.

Amaliy natijalarning ko'rsatishicha, o'z kontragentlari bilan tizimli ravishda shaxsiy munosabatda bo'lgan firmalar doimo katta yutuqlarga erishadilar.

Mashina va uskunalar bo'yicha shartnomalar imzolash shartnomaning ajralmas tarkibiy qismi sifatida kiritiladigan texnik-iqtisodiy shartlarga tomonlar roziligini talab etadi. Ko'pincha bu shartlarni (injener-maslahat firmalari yordamida) xaridor ishlab chiqadi va uni sotuvchiga taklif etadi. Shartnomaning tijorat shartlari haqidagi muzokaralar, odatda, texnik shartnomalar tugaganidan keyin boshlanadi.

Oldi-sotdi shartnomalarini imzolash usullari

Xalqaro tijorat amaliyotida eksport-import bitimlarini imzolashning turli usullari qo'llaniladi.

Kontragentlari ishtirokidagi shartnomalarni imzolash

Oldi-sotdi shartnomasining shunday xujjatlarni imzolash huquqiga ega shaxslar tomonidan imzolanishi, ularning yuridik manzili shartnomada ko'rsatilishi lozim, aks holda u yuridik xujjat hisoblanmaydi. Savdo amaliyotidan xalqaro savdo bitimlarining tomonlari sifatida uch yoki undan ortiq ishtirokchilarning ishtirok etishi odatiy holdir. Ularning shartnomaviy munosabatlari ularning barcha ishtirokchilari tomonidan bir yagona xujjat imzolash yo'li bilan yoki matnda ularning har biri bilan bog'liq boshqa bir qancha ikki tomonlama shartnomalar imzolash yo'li bilan va shartnomaning ilovasi bilan rasmiylashtiriladi.

Sotuvchi qat'iy ofertasining xaridorga aktsepti

Agar xaridor ofertaning barcha shartlariga rozi bo'lsa, u sotuvchiga sotuvchining qat'iy ofertasi barcha shartlarini o'zgarishsiz qabul qilishi haqida tasdiqnoma xatini yuboradi.

Xaridor kontrofertasiga sotuvchining aktsepti

Taklif shartlari jiddiy o'zgaradigan bir yoki bir necha shartlarga xaridor rozi bo'lmasa, u sotuvchiga o'z shartlari va javob muddati ko'rsatilgan kontrofertani yuboradi. Taklifni jiddiy o'zgartiradigan har qanday qo'shimcha va o'zgarishlar munosabatidagi shartlar quyidagilar hisoblanadi: narx, sifat va miqdor, etkazib berish joyi va muddati, bir tomonning ikkinchi tomon oldidagi mas'uliyati hajmi, munozaralarga ruhsat berilishi tartibi.

Erkin oferta shartlariga xaridorning yozma roziligiga sotuvchi aktsepti

Bu rozilik tegishli tarzda rasmiylashtirilishi va belgilangan muddatda yuborilishi lozim. Sotuvchi oldin olgan xaridor yoki bitimni imzolashni mo'ljallayotgan xaridor kontrofertasini aktseptlaydi.

Xaridor buyurtmasining sotuvchi tomonidan tasdiqlanishi

Bunday hollarda bitim ikki xujjat bilan rasmiylashtiriladi: xaridorning buyurtmasi va etkazib beruvchining tasdig'i. Buyurtmada xaridor buyurgan tovarni tayyorlash va ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan barcha shartlarni, shuningdek, tashqi savdo bitimini imzolash uchun zarur barcha shartlarni aniq ko'rsatadi.

Bitimlarni imzolashning bunday usuli doimiy shartnomaviy munosabatlarida bo'lgan kontragentlar o'rtasida qo'llaniladi. Shuning uchun buyurtmada bitimning faqatgina asosiy shartlari ko'rsatiladi: tovar, miqdori, etkazib berish muddati, narxi. qolganlari esa tomonlar o'rtasida imzolangan umumiy shartlarida yoki oldin imzolangan shartnoma shartlariga izoq sifatida qayd etiladi.

Kontragentlar o'rtasida ilgari erishilgan shaxsiy kelishuvlarni tasdiqlovchi xatlarni almashtirish

Xatlarda bitimlarining barcha asosiy shartlari tasdiqlanadi va ikki tomomnga ham ma'lum bo'lgan umumiy shartlar yoki oldingi shartnomaga izohlar kiritiladi.

Oldi-sotdi shartnomasi shakli

Oldi-sotdi shartnomasi yozma, og'zaki, qisman yozma va qisman og'zaki tarzda imzolanishi mumkin.

Ayrim mamlakatlarning milliy qonunchiligi (jumladan, Rossiya) albatta, shartnomaning yozma shaklini talab qiladi. Chunki, yozma shaklda shartnoma, oferta, aktsept va boshqa har qanday maqsadlar amalga oshiriladi.

Shartnomaning yozma shaklda imzolanishi tomonlardan birining loyiha tuzishini va uni ikkinchi tomon sinchliklab o'rganishini ko'zlaydi. Bunda shartnomalarda oldindan belgilangan tomonlarning kelishuvi hisobga olinadi. Agar shartnoma loyihasida kontragent rozi bo'lmagan shartlar mavjud bo'lsa, kelishuv davomida shartnomaning oxirigi matni imzolanadi.

Xalqaro amaliyotda ko'pincha bitimlar og'zaki tarzda imzolanadi – telefon orqali, auktsionlar va birjalarda. Og'zaki shartnoma natijasida ikki tomon imzolagan yozma shartnoma tasdiqlanadi. Tomonlarning majburiyati shartnoma imzolangan vaqtdan boshlab yuzaga keladi.

Og'zaki, telefonda, faks va telegraf orqali shartnomani imzolash taklifi taklif kiritayotgan shaxsga taklifni qabul qilish ma'lum bo'lganda imzolanadi.

Qisqa xulosalar

Kontragentlar o'rtasidagi tijorat bitimlariga tayyorlanish jarayonida sotuvchi salohiyatli xaridorlar bilan shartnoma o'rnatishning turli usullaridan foydalanishi mumkin. Muzokaralarga kirishishda tashabbus sotuvchidan chiqsa, u mo'ljaldagi xaridorga taklif – ofertani yuborishi mumkin.

Tijorat amaliyotida oferta deganda, odatda, sotuvchining mo'ljaldagi xaridorga aniq shart-sharoitdagi tovarlar partiyasini yuborishi haqidagi yozma taklifi tushuniladi. Bunday taklifni yuboruvchi shaxs yoki firma oferent deb ataladi.

Shartnomaviy munosabatlarni o'rnatish shartnomaga tayyorgarlik davrini o'tkazishni nazarda tutadi. Bu davrda bitim haqida dastlabki shartnomalar olib boriladi va uning asosiy shartlari kelishiladi. Bunday shartnomalar o'zaro yozishmalar (pochta, telegraf, teletayp va faks orqali) yo'li bilan, shaxsiy uchrashuv yo'li bilan, telefon orqali olib borilishi mumkin.

Oldi-sotdi shartnomasi shunday xujjatlarni imzolash huquqiga ega shaxslar tomonidan imzolanishi, yuridik manzili ko'rsatilishi lozim, aks holda u yuridik xujjat hisoblanmaydi. Savdo amaliyotidan xalqaro savdo bitimlarining tomonlari sifatida uch yoki undan ortiq ishtirokchilarning ishtirok etishi odatiy holdir.

Kontragentlar o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri eksport va import bitimini tayyorlashning bir qancha usullari mavjud. Eksport bitimlarini tayyorlashda taklif (oferta), shartnoma, hisob-proforma, tender kabi xujjatlar ishlatiladi.

Import bitimni tayyorlash xujjatlariga talabnoma, mo'ljallar haqidagi xat, etkazib berish va qadoqlash instruktsiyasini o'z ichiga oluvchi buyurtma, tender proformasi kiradi.

Xalqaro tijorat amaliyotida eksport-import shartnomalarini imzolashning turli usullari mavjud. Oldi-sotdi shartnomasi yozma, og'zaki, qisman yozma va qisman og'zaki tarzda imzolanishi mumkin.

Nazorat va muloqot uchun savollar

1. Oldi-sotdi shartnomalarni tuzishga tayyorgarlik qanday olib boriladi ?
2. Eksport bitimini tayyorlash tartibi qanday?
3. Eksport bitimini tayyorlash hujjatlari nimalar kiradi?
4. Import bitimini tayyorlash tartibi qanday?
5. Import bitimini tayyorlashni hujjatlashtirish qanday olib boriladi ?
6. Oldi-sotdi shartnomalarini imzolash tartibi va uni tayyorlash qanday olib boriladi ?
7. Dastlabki shartnomalarni o'tkazish qanday olib boriladi ?
8. Oldi-sotdi shartnomalarini imzolash usullari qanday?
9. Kontragentlari ishtirokidagi shartnomalarni imzolash qanday olib boriladi ?
10. Sotuvchi qat'iy ofertasining xaridorga aktsepti degan nimani anglatadi?
11. Xaridor kontrofertasiga sotuvchining aktsepti degan nimani anglatadi?
12. Erkin oferta shartlariga xaridorning yozma roziligiga sotuvchi aktsepti degan nimani anglatadi?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
4. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
5. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.- 2008. - 480 с.

5- BOB. XALQARO OLDI-SOTDI SHARTNOMALARINING MAZMUNI VA KO'RINISHLARI

5.1. Xalqaro savdodagi namunaviy shartnomalar

Namunali shartnoma tushunchasi va namunaviy shartnomalardagi umumiy shartlarning mazmuni

Xalqaro savdo amaliyotida namunaviy shartnomalar keng qo'llaniladi. Namunaviy shartnoma – yozma shakldagi bayon qilingan shartnoma namunasi yoki soddalashtirilgan shartlar qatori hisoblanadi. U oldindan savdo amaliyoti hisobi bilan aniq shartnoma talablariga rozi bo'lgan tomonlarning qabul qilingan shartlaridir. Namunaviy shartnoma aniq tovarlarga yoki savdoning aniq ko'rinishlariga uchun qo'llaniladi.

Namunaviy shartnomalar shakli turlicha bo'lishi mumkin:

- namunaviy shartnoma xujjat ko'rinishida taqdim etilishi mumkin. Undan shartnomaning ishtirokchilari kelishuv talab qilingan moda bilan to'ldirgan hollarda shartnoma sifatida foydalanishlari mumkin.

Amaliyotda namunaviy shartnoma sifatida savdo-sotiqning umumiy shartlari ham nazarda tutiladi. Umumiy shartlar – savdo amaliyoti hisobi bilan ishlab chiqilgan shartnomalar moddasining ro'yhati bo'lib, qonunga ko'ra ulardan etkazib berish bazis shartlariga qo'shimcha tarzida foydalanish mumkin. Oldi-sotdining umumiy shartlari bayon etilgan xujjat esa, shartnoma hisoblanmaydi, faqatgina shartnomaning ajralmas qismi hisoblanadi, xolos. Savdo amaliyotida ikki qismdan iborat namunaviy shartnoma shakli tez-tez uchrab turadi: kelishilgan qism va unifikatsiyalangan qism yoki har bir alohida holatda o'zgarmas bo'lib qoladigan umumiy shartlar.

Namunaviy shartnomalar quyidagi bitimlarni imzolashda tez-tez qo'llaniladi:

- mashina va uskunalar standart ko'rinishlari, iste'mol tovarlari;
- uzoq muddatga qo'yilgan sanoat xomashyolari;
- birjalardagi ommaviy xomashyo va oziq-ovqat tovarlari.

Namunaviy shartnomalar tadbirkorlar uyushmalari tomonidan, (ularga uyushmalar, assotsiatsiyalar, federatsiyalar kiradi) savdo birjalari komitentlar, savdo

palatalari, monopol uyushmalar, yirik firmalar, Evropa iqtisodiyot komissiyasi BMT tomonidan ishlab chiqiladi.

Savdo – sotiqning umumiy shartlari

1. Shartnoma amal qilishi muddati davomida narxlar o'zgarmay qoladi va tovarlarni qadoqlash, markirovka, konservatsiyasi, lixter ishlari, kran ishlari, tovarlarni bort va kemaga tashish, ularni taxlash va mustahkamlash, boshqa ishlar, shuningdek, soliqlar, bojxona bojlariini o'z ichiga oladi.

2. Tovar sifati tayyorlovchi-zavod texnik sharoitlariga mos kelishi lozim va tayyorlovchi-zavod tomonidan berilgan sifat sertifikatini yoki sotuvchining kafolat xati bilan tasdiqlanishi lozim.

3. To'lov xaridor tomonidan quyidagi xujjatlar taqdim etilganidan keyin amalga oshiriladi:

- ixtisoslashtirilgan hisob – 4 nusxada;
- sof bort konosament⁶lari – 1 ta asl nusxa va 4 ta nusxasi;
- tayyorlovchi zavodning tovar sifati haqidagi sertifikatini yoki sotuvchining kafolat xati;

4. Tovarlar konservalangan, qadoqlangan, o'ral(markirovkalan)gan bo'lishi lozim. Bu ularning uzoq muddat davomida, turli transportlarda, bir necha bor ortish - tushirishlar bilan manzilga yaxshi saqlangan holda etib borishini ta'minlaydi.

5. Sotuvchi xaridorga o'z hisobidan tovarning yuborilishga tayyorligi haqida tovar etib borishidan 30 kun ilgari telegraf, telefaks teletayp orqali xabar berishi lozim. Shuningdek, tovar ortilgan kema portdan ketganidan keyin 24 soat ichida xaridorga kemandi nomi, yuborilgan muddati, tovar nomi, shartnoma raqami, joyning miqdori, netto va brutto og'irliklari ham qayd etilishi lozim. Tovar yuborilganligi haqidagi e'lon yozma ravishda tasdiqlanishi lozim.

6. Etkazib berish muddatidan 20 kun oldin sotuvchi xaridorga tildagi texnik xujjatni yuboradi:

- nusxadagi foydalanish bo'yicha ko'rsatma;
- nusxada texnik xizmat ko'rsatish bo'yicha va mashina, uskunalarni ta'mirlash bo'yicha rahbarlik;

- nusxada ehtiyot qismlar katalogi.

Bundan tashqari, har bir mashina va uskunalarning komplekt birligiga foydalanish bo'yicha ko'rsatma ilova qilinishi lozim.

7. Tovarlar sotuvchi tomonidan topshirilgan va xaridor tomonidan qabul qilingan hisoblanadi:

- miqdor bo'yicha – konosamentda ko'rsatilgan joy va og'irlik miqdoriga muvofiq;

8. Sifat bo'yicha – tayyorlovchi zavodning tovar sifati haqidagi sertifikatida ko'rsatilgan yoki sotuvchining kafolat xatida ko'rsatilgan sifatga muvofiq. Tovarning butunlay qabul qilinishi uning yuk qabul qiluvchi omboriga kelib tushganidan so'ng amalga oshiriladi.

9. Etkazib berish sanasi sof bort konosamenti sanasi hisoblanadi. Tovar etkazib berish kechikkan hollarida sotuvchi xaridorga jarima to'laydi.

10. Agar o'z hisobi va riski uchun zarur bo'lsa, sotuvchi eksport litsenziyasini olishi mumkin. Sotuvchi eksport litsenziyasi olganligi haqida xaridorga haqiqiy shartnoma imzolangan sanadan 1 oy kechiktirmasdan xabar berishi lozim. Agar sotuvchi eksport litsenziyasini ololmasa, yoki eksport litsenziyasi sotuvchi mamlakati yuqori organlari tomonidan bekor qilinsa, yoki uning muddati etkazib berish muddati tugagunicha to'xtatilsa, xaridor shartnomani butunlay bekor qilishi mumkin.

11. Da'volar xaridor tomonidan sotuvchiga:

- kafolatlanmaydigan tovarlar sifati bo'yicha – etkazib berish sanasidan boshlab 8 oy ichida;

- tovarlar miqdori bo'yicha – etkazib berish muddatidan boshlab 6 oy ichida;

- kafolatlangan tovarlar bo'yicha – kafolat muddati tugagunicha 30 kun davomida berilishi mumkin.

12. Agar tabiiy ofatlar, yong'in, zilzila, suv toshg'ini tufayli haqiqiy shartnoma bo'yicha tomonlar qisman yoki butunlay o'z majburiyatlarini bajara olishmasa va bu shartnomaning bajarilishiga jiddiy ta'sir ko'rsatsa, tomonlar javobgarlikdan ozod qilinadilar.

13. Haqiqiy shartnomadan yoki u bilan bog'liq baxs va turli kelishmovchilik umumiy sud tomonidan, arbitraj komissiyasi tomonidan ko'rsatilgan ishlab chiqarish faoliyati qonunlariga muvofiq ko'rib chiqiladi. Bu arbitraj qarori ikki tomon uchun ham majburiydir.

14. Shartnomaning barcha ilova va qo'shimchalari uning ajralmas qismi hisoblanadi.

15. Sotuvchi xaridorning haqiqiy shartnomani bajarilishi bilan bog'liq tovarlar, texnik jarayonlar, bilimlar va tajribalar bo'yicha kashf etish va barcha patentlarning zarur qonunlariga egaligini kafolatlaydi.

16. Hech bir tomon o'z majburiyatlarini boshqa tomonning yozma roziligisiz haqiqiy shartnoma bo'yicha uchinchi tomonga berish huquqiga ega emas.

17. Sotuvchi mamlakatidagi bank akkreditivini ochish va undan foydalanish bilan bog'liq bank harajatlarini sotuvchi o'z zimmasiga olsa, xaridor mamlakat bankidagi bunday harajatlarni xaridor o'z zimmasiga oladi. Akkreditivning xaridor aybi bilan cho'zilib ketishi va o'zgarishi bilan bog'liq xarajatlar sotuvchi hisobiga tegishli bo'ladi.

18. Haqiqiy shartnomadagi qo'shimcha va o'zgarishlar ular yozma shaklda amalga oshirilganida va ikkala tomonning ham vakillari tomonidan imzolanganidagina haqiqiy hisoblanadi.

19. Haqiqiy shartnoma imzolanganidan keyin oldingi muzokaralar va unga kiritilgan ilovalar o'z kuchini yo'qotadi.

20. Shartnoma imzolangan joy aniq ko'rsatiladi.

Savdo udumlari va ularning xalqaro savdodagi ahamiyati

Oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha tomonlar majburiyatlarining mazmuniga xalqaro amaliyotda *savdo udumlari* jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ular arbitrajdagi tomonlar o'rtasidagi munozaralarga ruhsat berilishida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Savdo udumlari deganda, xalqaro savdodagi tegishli masalalarning aniq holatini o'zida mujassamlashtirgan bir xil ko'rinishli, umumiy qabul qilingan qonunlar yig'indisi tushuniladi. Savdo udumlariga shuningdek, savdo va faoliyat oddiyliklari

(«biz esa har doim bunday qilamiz») kabilar ham kiritiladiki, ular uzanslar deb ataladi.

«Udum» va «odatiylik» atamaları turli ma'nolarni bildiradi. Modomiki, ikkalasi ham huquq va shartnoma tasnifi me'yori hisoblanmaydi.

Udumlar quyidagi talablarga javob berishi lozim:

- umumiy qonunlar xarakteriga ega bo'lishi;
- muvofiq savdo doirasida tanilgan bo'lishi, o'z mazmun mohiyatiga ega bo'lishi.

Savdo udumlari, odatda, quyidagilar orqali ifodalanadi: birja komitentlari tomonidan tuzilgan birja qoidolari; savdo palatalarining maxsus yig'malari; BMT doirasida faoliyat yurituvchi tashqi savdo va boshqa tashkilotlarga ko'maklashuvchi qo'mita ishchi komissiyasi materiallarida; namunaviy shartnomalarda; alohida masalalar bo'yicha sud qarorlarida.

5.2. Oldi-sotdi shartnomalarini mohiyati

Oldi-sotdi shartnomasini moddiy-buyumlashgan shakli xalqaro tijorat amaliyotida tovarlar oldi-sotdi shartnomasi deb ataladi.

Oldi - sotdi shartnomasi - import qiluvchi va eksport qiluvchi tomonidan shartnoma asosida imzolangan tovar(xizmat)ni etkazib berish shartlarini aks ettiruvchi tijorat xujjatdir. Shartnoma imzolagan tomonlarning biri sotib olishni, ikkinchisi - shartnoma predmetini sotishni amalga oshiradi. Oldi-sotdi shartnomasining zaruriy sharti shuki, bunda tovarga bo'lgan mulkchilik xuquqi sotuvchidan xaridorga o'tadi. Shu bilan oldi-sotdi shartnomasi boshqa shartnomalardan, ya'ni ijara, litsenziya, sug'urta va boshqalardan farqlanadi. Bunday shartnomalarda mulk huquqi tovarga o'tish shartlarini o'z ichiga olmaydi, shartnoma predmeti bo'lib yoki tovarni iste'mol xuquqiga ega bo'lish yoki xizmatlarni ko'rsatish hisoblanadi.

Oldi-sotdi shartnomalarida shartnoma shartlari, ularni bajarish tartibi va bajarilishi uchun javobgarlik mazmuni haqida gapiriladi.

Oldi-sotdi shartnomalari quyidagi asosiy shartlardan iborat:

- predmet va etkazib beriladigan tovar hajmi (tovarning nomi va miqdori);
- tovar sifatini aniqlash usullari;

- tovar etkazib berish joyi va muddati: tovar etkazib berilishning bazis shartlari;
- narx va etkazib berilishning umumiy qiymati;
- to'lov shartlari;
- tovarni topshirish va qabul qilish tartibi;
- sanksiya va garantiya, arbitraj, fors – major(vafqulotdagi xolat) shart (kafolat) lari xaqidagi shartlar;
- transport shartlari;
- tomonlarning yuridik manzillari;
- sotuvchi va xaridor imzolari.

Oldi-sotdi shartnomasi tomonlari - sotuvchi va xaridor shartnomalarda bo'lgan muayyan majburiyatlarni o'z zimmalariga oladilar.

Sotuvchi uchun asosiylari bo'lib quyidagilar hisoblanadi: tovar etkazib berish, unga tegishli hujjatlarni berib yuborish va tovarga xususiy huquqni berish. Xaridor uchun - tovar uchun xaq to'lash va etkazib berilgan tovarni qabul qilib olish.

Shartnomaga odatda xaridor va sotuvchi uchun umumiy bo'lgan xolatlar ham kiritiladi, xususan, quyidagi muhim savollar bo'yicha:

- zararni tushunchasi va uni hisoblash tartibi, ularni qoplanishi, majburiyatlar bajarilmaganda talab qilinishi mumkin bo'lgan to'lovlar;
- to'lov kechikishi tufayli foizlarni olish uchun huquqi;
- ma'suliyatdan voz kechish tamoyili;
- shartnomalar bekor qilish oqibatlari;
- bajarishni to'xtatish huquqi;
- boshqa tomonga tegishli bo'lgan tovarni saqlash bo'yicha majburiyati ko'rsatiladi.

Shartnomani barcha shartlarini to'liq va aniq ifodalash juda qiyindir. Amaliyotda shartnomani tuzishda, uning bajarilishida vujudga kelishi mumkin bo'lgan barcha savollarni ko'zda tutish imkoniyati yo'q. Shu tufayli shartnomalar bajarilishida umumiy shartnomani mazmuni yoki ayrim shartlari munosabati bilan tamoyillar o'rtasida kelishmovchiliklar paydo bo'ladi. Bu tortishuvlar tomonlarni huquq va majburiyatlarini aniqlab beruvchi sud yoki arbitraj tomonidan echiladi.

Shuni ko'zda tutish kerakki, xalqaro savdo amaliyotida shartnomaviy munosatlarni tartibga soluvchi milliy qonunlar keskin farq qilishi va ba'zi bir masalalarni echishda qarama-qarshiliklar vujudga kelishi mumkin. Shuning uchun ko'p holatlarda bahslarni echish qaysi mamlakatni huquqi qo'llanishiga, tovarga tegishli xavfi bir tomondan ikkinchi tomonga o'tib ketishiga, bir tomon ikkinchi tomonga arz qiladigan talablar hajmi qanchaligiga bog'liq bo'lib qoladi.

Oldi-sotdi shartnomasining kirish(preambula) qismi

Shartnomani kirish qismi shartnomani matnidan oldin yozilgan bo'ladi va odatda quyidagi mazmunga ega: shartnomani nomi va tartib raqami; shartnomani tuzish joyi va sana; bitimni tuzuvchi tomonlarni aniqlashda ularning o'z davlatining savdo reestirida qayd qilingan firma nomi, huquqiy ahvoli, manzilgohi (davlat yoki shartnomaning nomi) hamda shartnoma matnidagi tomonlar nomi (masalan, sotuvchi va xaridor yoki ta'minlovchi va buyurtmachi). Ayrim paytda preambulada shartnomadan oldin bo'lgan muzokaralarga ularni o'tkazish joyi va muddati ko'rsatilishi bilan yoki sotuvchini tartib raqami va jo'natilgan sanasi ko'rsatilgan taklifiga tayanish xolatlari bo'lishi mumkin.

Shartnoma predmeti

Shartnoma predmetini tariflashda tovarni nomi, uning tavsifi, assortimenti ko'rsatiladi. Jihozlarni etkazib berishda tovar tavsifiga masalan, uning unumdorligi, quvvati, yoqilg'ini yoki energiya sarfini va boshqa ko'rsatkichlarni aniqlanishi kiradi. Assortimentni aniqlashda tovarni turlari, fasonlari, sortlari, markalari va modellari ta'kidlanadi, agar shartnomada tovarlarni etkazib berishda har hil sifat tariflari yoki har hil assortimentni ko'zda tutilgan bo'lsa, ular shartnomaga qo'shib qo'yilgan va asosiy qismi bo'lib hisoblangan spetsifikatsiyasida qayd qilib o'tiladi va bu haqida shartnomada tegishli tushuncha beriladi.

Oldi-sotdi shartnomalarida tovar miqdorini aniqlash

Oldi-sotdi shartnomasida tovarni miqdorini aniqlash quyidagilar orqali belgilanadi: miqdoriy o'lchash birligi, miqdorini aniqlash tartibi, o'lchash tizimi.

Miqdorni o'lchash birligi. Shartnomada tovar miqdorini o'lchashni uni og'irligini, xajmini, uzunligini, sathi, sonini o'lchash bilan ifodalash mumkin. U yoki bu o'lchov birligini tanlash tovarning o'ziga xos xususiyatlaridan va xalqaro savdo amaliyotidan kelib chiqadi. Masalan, don, kauchuk, shakar, ko'mir, rangli metall kabi mahsulotlarni o'lchashda odatda og'irlik o'lchov birligi ishlatiladi. Yog'och mahsulotlari bilan savdo qilishda esa uzunlik va hajm (kub.metr) birliklari ishlatiladi. Neft mahsulotlari savdosida ham og'irlik, ham hajm (barrel) og'irlik o'lchov birligi ishlatiladi. Paxta savdosida asosiy o'lchov birligi og'irlik hisoblanadi, ammo tovar etkazishning razmeri paxta toylarining o'rtacha og'irligi bilan ifodalanadi. Mashina va jixozlar, kiyimlar, kitoblar, soatlar bilan savdo qilishda donalarni soni bilan belgilanadi. Boshqa tovarlar bilan savdo qilishda (simob, gugurt, kofe) o'lchov birligi sifatida ma'lum bir o'ramda-korobkada, qopda, butilkada, pachkada bo'lgan tovarlar soni hisoblanadi. Ayrim mahsus tovarlarni miqdori shartnomalarda berilgan shartli birliklarda o'lchanadi. Masalan, bir qator kimyoviy tovarlarni miqdori ulardagi asosiy moddani 100 foiz tarkibiga aylantirilish yo'li bilan aniqlanadi.

Miqdorni aniqlash tartibi. Etkazib berishga taaluqli tovar miqdori yoki qat'iy qayd qilinmagan son bilan yoki belgilangan chegaralar bilan aniqlanishi mumkin. Bu hisob-kitob kelishuv bajarish paytida ham bozordagi mavjud narxdan va shartnomadagi narxdan kelib chiqadi.

Oldi-sotdi shartnomasida o'lchash va tortish tizimini belgilash zarurdir, chunki ayrim mamlakatlarda umumiy qabul qilingan o'lchash va tortish tizimidan farq qiladigan tizim qo'llaniladi. Masalan, G'arbiy Evropa mamlakatlari, Markaziy va Lotin Amerika, Afrika va Janubiy-Sharqiy Osiyoni ko'p mamlakatlari metrik tizimini ishlatishadi, shu bilan birga o'zini milliy o'lchash tizimini qo'llashadi. AQSh Amerika tizimni hamda o'lchash metrik tizimini ayrim o'zgarishlar bilan qo'llaydi.

Har hil o'lchash tizimini qo'llovchi mamlakat firmalari shartnoma tomonlari ko'rib chiqqanida anglashilmovchilikni oldini olish maqsadida miqdor ikkita tizimda ko'rsatiladi.

Nomlanishi bir xil bo'lgan o'lchov birliklari (bushel, qop, qanor, bochka) turli mamlakatlarda turli hil miqdorni ifodalaydi. Shuning uchun bunday o'lchov

birliklaridan foydalaniladi va uning metrik tizimiga teng bo'lgan ekvivalenti ko'rsatiladi.

Oldi-sotdi shartnomasida idishlarni va o'ramni etkazib berilayotganda tovarni miqdoriga kirish-kirmasligi haqida qayd etiladi va shunga muvofiq quyidagilar belgilanadi:

- brutto og'irligi (gross weight) – o'rovchi materiallarni tovarni tashqi va ichki o'rami bilan birgalikdagi og'irligi;

- metall netto og'irligi (legal net weight) - xech qanday o'ramsiz tovarni og'irligi;

- brutto og'irligi - netto og'irligiga tengligi-idishni tovar qiymatiga teng bo'lgan holatdagi tovarni idish bilan og'irligi (tarani og'irligi tovarni og'irligiga nisbatan 1-2 foizni tashkil qilgan va idishni narxi tovarni o'lcham birligidan deyarli farqlanmagan xolatlarda - qoplar, polietilen paketlar). Bunda idishni og'irligi nazarda tutilmaydi va brutto nettoda qabul qilinadi.

Oldi-sotdi shartnomasida tovar sifatini aniqlash

Oldi-sotdi shartnomasida tovar sifatini aniqlash tovarni sifat tavsifini belgilashni, ya'ni tovarni yo'nalgan maqsadida ishlatish uchun loyiqqligini aniqlovchi xususiyatlar yig'indisini ko'zda tutadi.

Sifatni aniqlash usullarini tanlash tovarni xarakteriga, xalqaro savdoda yuzaga kelgan amaliyotiga va boshqa shartlarga bog'liq.

Standart bo'yicha. Bu usul ma'lum standartga mos bo'ladigan sifat bo'yicha tovarni etkazib berishni ko'zda tutadi.

Standart - bu tovarni sifatli tavsifi beriladigan xujjat. Chet elda standartlar har hil xukumat tashkilotlari (milliy standart deb nomlangan), tadbirkorlar uyushmalari tomonidan, ilmiy-texnik assotsiatsiyalari va institutlari, sug'urta kompaniyalari va boshqalar tomonidan tuziladi. Chet elda milliy standartlarni qo'llash majburiy emas. Shu boisdan, har hil assotsiatsiya va tadbirkorlar uyushmalari tomonidan tuzilgan standartlar ko'proq tarqalgan. Ayrim xollarda savdo amaliyotida yirik sanoat firmalari tomonidan tuzilgan standartlar qo'llaniladi. Standartlarni mavjudligi unifikatsiyalashgan mahsulotlar va o'xshash belgilarga ega bo'lgan tovarlar oldi-sotdi

shartnomalarida tovarlarni sifatini belgilashni bir muncha engillashtiradi. Bu xolatlarda shartnomada standartni tartib soni va sanasiga dahil qilish va uni tuzgan tashkilotni ko'rsatish etarli. Standart asosida xalqaro savdoda aylanadigan ko'p tovarlarni sifati aniqlanadi, xususan, mashina va jihozlarni, qora metallarni, don mahsulotlarini, kauchuk, paxta va ko'p boshqa tovarlarni sifatini aniqlash mumkin.

Texnik shartlari bo'yicha. Tovarga standartlar bo'lmagan va uni sifatiga mahsus talablar belgilash zarur bo'lgan tovarni ishlab chiqarish va ishlatilishi mumkin bo'lgan hollarda bu usul qo'llaniladi. Texnik shartlar tovarni batafsil texnik tavsifini, ularni ishlab chiqarishda qo'llanadigan materiallar ta'rifi, tekshirish va tajriba qilish usuli va qoidalarini ko'rsatib beradi. Texnik shartlar odatda yakka buyurtmalar asosida ishlab chiqariladigan tovarlar sifatini aniqlab beradi, xususan, noyob jihozlarga, murrakkab sanoat jihozlari va apparaturalariga, kemalar va boshqa tovarlarga texnik shartlar ishlab chiqiladi. Mashina va jihozlarga texnik shartlar buyurtmachi tomonidan taqdim etilishi va oldi - sotdi shartnomasini qo'l qo'yishda ta'minotchi tomonidan qabul qilishi yoki firma-ta'minlovchi tomonidan tuzilishi va buyurtmachi tomonidan tasdiqlanishi mumkin. Texnik shartlar shartnomani matnida yoki shartnoma ilovasida keltiriladi.

Shartnomada ko'rsatilgan spetsifikatsiya bo'yicha. Spetsifikatsiya odatda tovarni tavsiflash uchun zarur bo'lgan texnik parametrlarini o'z ichiga oladi.

Spetsifikatsiya eksport qiluvchi, import qiluvchi, har xil assotsiatsiya va boshqa, ham milliy ham xalqaro tashkilotlar tomonidan tuzilishi mumkin. Bu xolatda shartnomada spetsifikatsiyani tuzgan tashkilotni ko'rsatilishi va bu spetsifikatsiyani asosiy ko'rsatkichlarini keltirilishi zarur.

Namunalar bo'yicha. Bu usul etalon bo'lib hisoblangan va tomonlar bilan kelishilgan va tasdiqlangan ma'lum namunalarga mos keladigan tovar sifatini shartnomada belgilab beradi. Shartnomaga hoida bo'yicha, tanlab olingan namunalar miqdori va qo'yilgan tovarni namuna bilan solishtirish tartibi bo'yicha ko'rsatmalar kiritiladi. Odatda uchta namuna tanlash qabul qilingan.

Namunani bittasi xaridorda, ikkinchisi - sotuvchida, uchinchisi-shartnomada ko'rsatilgan qaysidir bertaraf tashkilotda (masalan, savdo palatasida) bo'ladi. Odatda

shartnomada ko'rsatilgandek, tovarni oxirgi partiyasi keltirishidan boshlab, ma'lum muddatga namunalar tomonlar tomonidan saqlaniladi. Tovarini sifatini namunalar bo'yicha aniqlash usuli kam qo'llaniladi, asosan iste'mol tovarlarini sotishda hamda yakka tartibda tayyorlangan mashina va jihozlarni ayrim turlarida qo'llanilishi mumkin. Bu usul ko'pincha o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan (masalan, xo'l mevalar) tovarlar sifatini aniqlashda ishlatiladi.

Oldindan ko'rikdan o'tkazish bo'yicha. Shartnomada bu usul "ko'rildi-tasdiqlandi" (rus tilida- "osmotreno-odobreno"; ing.tilida- "inspected-approved"; frants.tilida –"vu et approuve"; nem. tilida- "besichtigt-genehmigt"). Bu usulda xaridorga belgilangan mudatda tovarning barcha partiyasini ko'rib chiqish xuquqi beriladi. Xaridor qaysi axvolda tovarni ko'rib tasdiqlagan bo'lsa xuddi shu ahvolda sotuvchi uning sifatini kafolatlab beradi. Agarda bitim tuzilguncha xaridor tovarni ko'rikdan o'tkazish paytida maxfiy kamchiliklarini ko'rmagan bo'lsa yoki xabardor qilinmagan bo'lasa, bu xolda sotuvchi xaqiqatda etkazib berilgan tovarni sifatiga javob bermaydi.

Oldindan ko'rikdan o'tkazish bo'yicha tovarlar auksionlarida va omborlardan sotiladi.

Oldindan ko'rikdan o'tkazish bo'yicha. Shartnomada bu usul "ko'rildi-tasdiqlandi" (rus tilida- "osmotreno-odobreno"; ing.tilida- "inspected-approved"; frants.tilida –"vu et approuve"; nem. tilida- "besichtigt-genehmigt"). Bu usulda xaridorga belgilangan mudatda tovarning barcha partiyasini ko'rib chiqish xuquqi beriladi. Xaridor qaysi axvolda tovarni ko'rib tasdiqlagan bo'lsa xuddi shu ahvolda sotuvchi uning sifatini kafolatlab beradi. Agarda bitim tuzilguncha xaridor tovarni ko'rikdan o'tkazish paytida maxfiy kamchiliklarini ko'rmagan bo'lsa yoki xabardor qilinmagan bo'lasa, bu xolda sotuvchi xaqiqatda etkazib berilgan tovarni sifatiga javob bermaydi.

Tayyor mahsulotni chiqishi bo'yicha. Bu usulda shartnomada xom ashyodan olinadigan yakunlovchi mahsulot miqdorini aniqlash ko'rsatkichi belgilanadi

(masalan, qand-ashyodan, qand rafinad, jundan olingan jun ipi, urug'lardan – yog'), bu ko'rsatkich ham foiz ham absolyut qiymatida belgilanadi.

Xaqqoniy o'rtacha sifat bo'yicha -FAK (1a?r average gual?ty). Bu usul asosan don mahsuloti shartnomalarida qo'llaniladi. Jo'natish joyida belgilangan va ma'lum davrda donni xaqqoniy o'rtacha sifatiga tovarni sifati mos bo'lishi shartnomada ko'rsatib beriladi.

Tabiiy og'irligi bo'yicha. Bu usul bilan don mahsulotlarini sifati aniqlanadi. Tabiiy (natura) og'irligi donni bir gektolitrni kilogrammga aylangan og'irligi. Tabiiy og'irlik donni ijtimoiy xususiyatini aks ettiradi (shakli, donni katta- kichikligi, to'qligi, solishtirma og'irligi) va undan - un va krupani miqdoriy chiqishligini ko'rsatib beradi. Tabiiy og'irlik boshqa ko'rsatkichlar bilan birgalikda qo'llanadi (masalan, bug'doydagi begona aralashmalarni tarkibi).

***Tel-kel* usuli** tovarni *o'z xolatida* etkazib berishni taqozo etadi (frants-tel guel, telle guelle). Bu xolda sotuvchi etkazib berilgan tovarni sifatiga javob bermaydi. Xaridor, agar tovar o'z nomiga (turi, sortiga) mos kelsa, uni sifatidan qat'iy nazar qabul qilish shart. Bu usul, xususan, don mahsulotlarini hosilini, sitrus mahsulotlarini (*na kornyu* xali xosili olinmagani) sotilishida, hamda yuklarni dengiz transportida joydan joyga tashishda ham qo'llaniladi. Sotuvchi yo'lda tovarni sifati o'zgarishiga javobgarlikni o'z bo'yniga olmaydi.

Yuqorida ko'rib chiqilingan tovar sifatini aniqlash asosiy usullaridan tashqari shartnomada boshqa ayrim usullar ham qo'llanilishi mumkin, masalan, tovarni ayrim qismlarini katta-kichikligi ko'rsatkichlari (ko'mirni, urug'ni tuzilishi) tovarni yo'nalish ko'rsatkichi (paxta, qand, kauchuk), xidi va boshqalar.

Etkazib berish muddati va sanasi

Etkazib berish muddati deganda, sotuvchi tovarni xaridorga yoki uning topshirig'i bilan uning nomidan ish yuritayotgan shaxsga tovarning etkazib berish vaqti tushuniladi.

Shartnomada ko'rsatilgan tovar miqdori bir vaqtda yoki bo'lib-bo'lib etkazib berilishi mumkin. Bir vaqtda etkazib berishda etkazib berishning bir muddatigina ko'rsatiladi, bo'lib-bo'lab etkazib berishda esa, etkazib berishning oraliq muddatlari

ham ko'rsatiladi. Ba'zan kontragentlar aniq muddatni umuman belgilamaydilar, bu muddatni kelishilgan shartlar bilan aniqlaydilar, xolos: «hosil yig'ilishi bilan», «yoz davomida» kabi.

Etkazib berish sanasi deb tovarni xaridor ixtiyoriga o'tkazish sanasiga aytiladi. Etkazib berish usulidan qat'iy nazar quyidagilar etkazib berish sanasi hisoblanadi:

- tovarni etkazib berishi kerak bo'lgan transport tashkilotiga berilgan xujjat sanasi;
- tovarni ko'rsatma bo'yicha keyin yuborish uchun yuklarni qabul qiluvchi transport-ekspeditor firmasining tilxati;
- agar xaridor tonnajni o'z vaqtida taklif etmagan va sotuvchi xaridor riski bilan xaridor omboriga tovarni saqlash uchun berish huquqidan foydalanganligi haqidagi omborxona guvohnomasining sanasi;
- buyurtma komissiyasi va etkazib berish vakilining qabul qilish-topshirish aktlarini imzolash va etkazib beruvchining buyurtmachiga mulkchilik huquqi sertifikatini berish sanasi;
- buyurtma komissiyasi va etkazib berish vakilining oxirigi partiyani etkazib berishdan keyingi qabul qilish-topshirish aktlarini imzolash sanasi.

Tovarlarni etkazib berishning bazis shartlari (IKOTERMS-International Commercial Terms)

«IKOTERMS» ni shakllantirish maqsadi

1. «Inkotermis» maqsadi bulib, tashki savdoda tovar etkazib berish shartlarini tushuntirishning xalqaro qoidalarini tuzish kabul kilingan. Bu esa uz navbatida turli mamlakatlarda bu terminlar kayta ishlanishida tafovutlarni yuk kilishda yoki minimum darajaga etkazishga imkon beradi.

2. Ko'pincha oldi-sotdi muzokara ishtirokchilari o'z xamkorlarining tashqi savdodagi tajribasi bilan tanish bulmaydi. Bu o'z navbatida vaqt va balyuta vositalarini talab etuvchi tushunmovchiliklar, ziddiyatlar va sud muxokamalariga olib kelishi mumkin. Bu muammolarni xal etish uchun xalqaro savdo Palatasi 1936 yilda birinchi marta savdo terminlarni unifikatsiyalash maqsadida xalqaro qoidalar

ro'yxatini ishlab chiqdi va namoyish etdi. Bu qoidalar 1936 yilning «Inkoterms» i deb ta'nilgan edi. Keyinchalik 1953, 1967, 1976, 1980 va 1990 va 2000 yillarda zamonaviy xalqaro savdo amaliyotiga ko'ra bu qoidalarga qo'shimcha va uzgartirishlar kiritilgan.

3. 2000 yilda «Inkoterms» ni qayta ko'rib chiqilishining asosiy sababi, EXM vositalari orkali o'suvchi ma'lumotlar almashuvidagi terminlarni o'zlashtirish xoxishi edi. Berilgan variant «1990-yilning Inkoterms»i bo'lishi mumkin. Unda bojxona talab etadigan turli xujjatlarni yoki tovar etkazib berishini tasdiklovchi va transport hujjatlarini taqdim etishi lozim. Aloxida muammolar sotuvchining transport hujjatlarini taqdim etishda kelib chiqadi, xususan transportlash jarayonida ko'llanuvchi konosament. Bu vaziyatda elektron aloqa vositasi orqali xaridorni, oldin sotuvchidan kelgan konosement mavjudligida amal qilishi mumkin bo'lgan huquqiy munosabat bilan ta'minlash zarur.

4. Qayta ko'rib chiqishning keyingi sababi transportlash jarayoni texnologiyalarining o'zgarishi bilan bog'liq, xususan yuklarning o'suvchi konteynerlashuvi temir yo'l vagonlari va avtomashinalarni ko'llash bilan «roll-on va roll-off» turidagi kemalarida intermodal tashishlarning kengayishi. «1940 yilning Inkoterms» ichidagi «Kursatilgan joyda tashuvchida erkin» termini, turli transport vositalar birlashmasi va termini, turli transport vositalar birlashmasi usullaridan foydalanmagan holda barcha tashishi ko'rinishlariga nisbatan ko'llana boshladi. Bunga ko'ra «Inkoterms»ning birinchi variantli va ma'lum transportlash ko'rinishlari (FOR) FOT va FOB aeroport – franko temir yo'l vagonlari, franko yuk mashinalari ko'llashdan chiqarib tashlandi.

5. «Inkoterms» terminlari qayta ko'rib chiqish faoliyatini bog'liq holda, Xalqaro Savdo Palatasining ishchi guruhi tomonidan ba'zi takliflar berildi. Ya'ni oson o'qish va anglash maqsadida savdo termilarini boshqa ketma-ketlikda namoyish etadi. Bu terminlar 4 ta turli bazis toifalarga ajratildi.

E (E) guruhi, EXV shartlarini o'z ichiga oladi. Bu shartlarga ko'ra xaridor jo'natilishga bo'lgan tayyor mahsulotni sotuvchi omborida oladi.

F (F) guruhi, bunga xaridor toomnidan kursatilgan transport vositalarigacha sotuvchi tovarni etkazib berish shartlari kiradi (FCA, FAS, FOB shartlari).

S guruhiga sotuvchi tashish shartnomasini tuzish lozim, lekin tovar jo'natilgandan yoki tushirilganidan keyin kelib chiqqan vaziyatlar, qo'shimcha harajatlar va tovarning yuqolishi yoki buzilishi uning zimmasiga tushmaydi. (CFR, CIF, CPT, CIP).

D guruhiga esa sotuvchi belgilangan joygacha etkazib berish bilan bog'lik barcha xavf va harajatlarini o'z zimmasiga olishi to'g'risida jami shartlar kiradi. (DAF, DES, DEQ, DDU, DDP) Bu shartlarni 1- jadvalda ko'rish mumkin.

1-jadval

INKOTERMS 2000		
E guruhi tushirish		Zavoddan
F guruh asosiy tashish jarayoni to'lanmagan	FCA	Fronko – tashuvchi
	FAS	FAS – kema borti bo'ylab erkin
	FOB	FOB – kema bortida erkin
C guruhi asosiy tashish jarayoni to'langan	CFR	Qiymat va fraxt
	CIF	SIF qiymat, sug'urta va fraxt
	CPT	Tashishgacha to'langan
	CIP	Tashish va sug'urtagacha to'langan
D guruhi etib kelish	DAF	Chegaradagi etkazib berish
	DES	Kemadan etkazib berish
	DEQ	Kema jo'natilish joyidan etkazib berish
	DDU	Bojsiz etkazib berish
	DDP	Bojli etkazib berish

Манба: Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. М “Банки и биржа”ЮНИТИ 2001 ,496 с

EXWEX Works Zavoddan (joyni ko'rsatish bilan)

Sotuvchining asosiy majburiyatlari:

Tovarni joylashgan joyda berib yuborish;

Xaridorning asosiy majburiyatlari:

Sotuvchi joylashgan joyda tovarni qabul qilish (4 ko'rsatkich);

Belgilangan manzilgacha tovarni etkazib berish uchun barcha xarakatlarni o'z xisobidan bajarishi (2:4 – kursatkich).

Sotuvchi uchun zarur xujjatlar

Tijorat scheti – invoys;

Xaridor yozma ma'lumotnomasi;

Sotuvchi uchun mumkin bo'lgan xujjatlar

Tovarni olib kirishda, bojxona hujjatlarini rasmiylashtirishni bajarish uchun yoki uchinchi mamlakat orqali olib chiqib ketish yoki tranzitlash uchun talab qilinadigan boshqa hujjatlar.

Sotuvchi va xaridor majburiyatlari 2-jadvalda berilgan.

2- jadval

Sotuvchi majburiyatlari	Xaridor majburiyatlari
1.Shartnoma shartlariga ko'ra tovarlarni taqdim etish.	1. Narx to'lovlari.
2.Litsenziyalar, ruxsatnomalar va boshqa rasmiyatchiliklar.	2.Litsenziyalar, ruxsatnomalar va boshqa rasmiyatchiliklar.
3. Olib o'tish va sug'urta shartnomasi.	3. Olib o'tish shartnomasi.
4. Etkazib berish.	4.Etkazib berishni qabul qilish.
5. Xavflar (risklar) o'tishi.	5. Xaflar (risklar) o'tishi.
6. Chiqimlar taqsimlanishi.	6. Chiqimlar taqsimlanishi.
7. Xaridorga xabar berish.	7. Sotuvchiga xabar berish.
8.Etkazib berganligini isbotlovchi xujjatlar, transpoort xujjatlari.	8.Etkazib berganligini, isbotlov-chi va transport xujjatlari.
9. Tekshiruv, qadoklash, markirovkalash.	9. Tovar taftishi.
10. Boshqa majburiyatlar.	10. Boshqa majburiyatlar.

Манба: Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. М “Банки и биржа”ЮНИТИ 2001 ,496 с

P.S. Berilgan kursatkichlar xar bir terminda ko'riladi. Yuqorida berilagn termin, sotuvchi o'zining korxonasida tovarni (zavod, fabrika, omborxona va xalqaro) xaridor qo'liga bergan paytidagi majburiyatni bajarayotganini anglatadi. Xususan, u tarnsport vositasiga tovarni yuklashishi va kelishilmagan bo'lsa olib

ketish boji uchun javob bermaydi. Xaridor sotuvchi korxanasidan belgilangan manzilgacha tovarni tashishi bilan bog'lik xavf va chiqimlarini o'z zimmasiga oladi. Berilgan termin sotuvchi uchun minimal majburiyatlarni yuklaydi. Agar xaridor eksport hujjatlarini rasmiylashtirishni o'zi ta'minlay olmasa bu termin qo'llanmasligi lozim. Bu xolda FCA termini qo'llaniladi.

FCA -FREE CARRIER (FRANKO TASHUVCHI) -Manzilni belgilash bilan.

Sotuvchining asosiy majburiyatlari:

Xaridor tomonidan ko'rsatilgan manzilda tashuvchi ko'liga tovarni berish;

Olib chiqib ketish uchun bojxona hujjatlarini rasmiylashtirishni boshqarish (eksport litsenziyasi, olib chiqib ketish uchun soliq va yig'imlar tulovini bajarish);

Tashuvchiga tovarni topshirilganini isbotlovchi hujjatlarni berish;

Zarur bo'lgan hujjatlar

Transport scheti – invoices;

Tashuvchiga tovarni berilganligini tasdiqlovchi umubashariy hujjatlar;

Eksport litsenziyasi.

Mumkin bulgan hujjatlar

Tovarni olib kirish uchun, bojxona hujjatlarini rasmiylashtirishni bajarish uchun yoki uchinchi mamlakat orqali olib chiqib ketish yoki tranzitlash uchun talab qilinadigan boshqa hujjatlar.

(Ilova:barcha hujjatlarni elektron aloqalari bilan almashtirish mumkin)

Xaridorning asosiy majburiyatlari:

Tashuvchini ko'rsatish;

Tashish shartnomasini tuzish va fraxt to'lovini bajarish.

Bu termin, sotuvchining tovar bo'yicha majburiyatini bajarganligini ko'rsatadi. O'z navbatida bu tovar olib chiqib ketish uchun bojlardan ozod bo'lgan. Ozod bo'lishi xaridor tomonidan ko'rsatilgan manzildagi tashuvchi ko'liga o'tishi bilan amal qiladi. Agar xaridor bu majburiyatlarini bajarmasa, u holda sotuvchi xaridor tovarni qabul qilish manzilini o'zi belgilash huquqiga ega.

«Tashuvchi» - turli tashish yo'llari bilan tovarni shartnomaga ko'ra etkazib berish majburiyatini olgan shaxs. «Konteyner» yukli birlashtirish imkoniyatini beruvchi, turli transport vositalari qo'llovchi dastgoxlarni o'z ichiga oladi (poddon, treyler, pritsep).

FOB -FREE ON BOARD – Kema bortida erkinlik.

FCH termini bilan mutloq o'xshashlikka ega, faqat u dengiz orqali tashishlarda qo'llaniladi. Yana bir farqli tomoni yukni berishda. Berilgan termin asosida kema o'z chegarasidan o'tgandan so'ng xavf sotuvchidan xaridorga o'tadi. Aynan shu paytdan boshlab barcha xavf va chiqimlar xaridor bo'ynida bo'ladi.

FAS- FREE ALONG SIDE SHIP-Kema borti bo'ylab erkin.

Bu termin faqat dengiz orqali yoki ichki suv transporti yordamidagi tashishlar uchun muljallangan.

Sotuvchi majburiyatlari:

Tovarni tushirish portiga etkazib berish va kema borti bo'ylab joylashtirish;

Tovarni kema borti bo'ylab joylashganligi xaqida tasdiq olish (ko'pincha kapitan yozma bayonnomasi).

Xaridor majburiyatlari:

Tushirish portida tovarni qabul qilish;

Import-eksportli va boshqa zarur hujjatlar rasmiylashtirish bilan chiqim va xavflarni olishi;

Tovarni etkazib berish bo'yicha chiqim va xavflarni o'z bo'yniga olish.

FOBga qaraganda bojxona hujjatlarini rasmiylashtirish xaridor tomonidan bajariladi. Xavf o'tishi asosan tovar kema borti bo'ylab to'xtash paytida yoki kelishilgan joyda joylashtirilayotgan paytida vujudga keladi.

CFR COST and FREIGHT- qiymat va fraxt (port bilan belgilanishi). Bu termin dengiz yoki ichki suv transportida tashishda qo'llaniladi. Bu terminga ko'ra sotuvchi belgilangan portga tovarni etkazib berish bilan bog'liq chiqim va fraxtni to'lash lozim. Xavf sotuvchidan xaridorga, kema tushirish portining chegaralarini kesib o'tishi bilan yuklanadi.

Sotuvchi olib chiqib ketish uchun barcha bojxona hujjatlarini rasmiylashtirishni bajaradi va yuklash-tushirish ishlari bilan bog'lik chiqimlarni to'laydi (tushirish ishlari fraxt ichiga kiritilgan bo'lsa).

CIF -COST, INSURANCE and FREIGHT qiymat sug'urta va fraxt.

KAF terminiga o'xshash shartlar faqat bitta farqi mavjud, ya'ni sotuvchi tomonidan tashish paytida tovarning buzilishi yoki yo'q bo'lib ketishi xavfini oldini oluvchi dengiz sug'urtasining berilishi.

CPT -CARRIAGE PAID TO - tashqigacha to'langan.

Bu termin bo'yicha sotuvi kelishilgan manzilgacha fraxtni to'laydi. Xavf tovarni tashuvchiga berilgandag so'ng o'tadi. Istalgan transportning ko'rinishida qo'llaniladi, xatto aralash(har xil tansportda) tashishlarda. Bundan tashqari sotuvchi majburiyatlariga, olib chiqib ketishda bojxona hujjatlarini rasmiylashtirishni bajarish kiradi.

CIP- CARRIEGE AND INSURANCE PAID TO-tashish va sug'urtagacha to'lanadi.

Sotuvchiga SRT terminidagi kabi o'sha majburiyatlar yuklatiladi fakat minimal qoplanish shartida sug'urtalash qo'shimcha shart bo'ladi.

DAF- DELIVERED AT FRONTIER - chegarada etkazib berish.

Sotuvchining asosiy majburiyatlari:

Tozalangan tovarni belgilangan chegaraga yoki shu chegaradagi manzilgacha etkazib berish;

Tovarni qabul qilishga imkoniyat beruvchi hujjatlar bilan ta'minlash va ochiq transport – hujjatini olishda xaridorga ko'maklashish.

Xaridorning asosiy majburiyatlari:

Etkazib berish, kelishilgan joyda qabul qilish;

Olib kelib berishni to'lash;

Bojxona – import hujjatlarini rasmiylashtirishni bajarish va zaruriyat bo'lsa, yig'im, soliq va bojlarni to'lash.

«Chegara» deganda istalgan chegarani (o'z ichiga mamlakat eksporti chegarasini tushunish mumkin). Shuning uchun bu erda chegaradagi aniq bir manzilni ko'rsatish lozim.

DAF- sotuvchining chegaradagi kelishilgan manzil(ga bojxona)ga tovarni tozalangan holda, etkazish bo'yicha o'z majburiyatlarini bajarishi tushuniladi, lekin fakat qabul qiluvchi tomonning bojxona chegarasiga tovarning etib kelishigacha. Iste'mol ko'rinishidagi tovalarni asosan avtomobil va temir yo'l orqali tashishlar qo'llaniladi.

DES -DELIVERED EX SHIP - kemadan etkazib berish.

Bu termin tovarlarni faqat dengiz orqali tashishda qo'llaniladi. Bunda sotuvchi o'z majburiyatlarini kelishilgan portga etkazgandan so'ng eksport hujjatlarini rasmiylashtirish bilan bog'lik barcha chiqim va xavflarni to'laydi. Import bojxona formalliklari xaridor bo'yniga yuklatiladi.

DEQ- DEKIVERED EX QUAY -kema jo'natiladigan joydan etkazib berish.

Bu terminga asosan sotuvchi zimmasiga tashish bo'yicha barcha xarajatlar to'lanishi yuklatilgan. Bundan tashqari import-eksport hujjatlarini rasmiylashtirishni va etkazib berish bilan bog'liq barcha xavf-xatarlar aynan sotuvchi bo'ynida xaridor «tozalangan» tovarni kelishilgan portda boj va tushirish uchun xaq tulasidan qabul qiladi. Bu termin faqat tovarlarni dengiz va ichki suv transportida tashishlarda ishlatiladi.

DDU- DELIVERED DUTY UNPAID - bojni etkazib berish.

DES terminida bo'lgan kabi majburiyatlarni o'z ichiga oladi. Port o'rniga olib kiritilayotgan mamlakatda biron bir manzil bo'ladi. Xaridor xarajat va xavf uchun o'zi javob beradi. Agar tomonlar o'rtasida import hujjatlarini rasmiylashtirish sotuvchiga yuklatilsa, u xolda qo'shimcha ravishda tegishli shartlar qo'yilishi lozim. Aralash va boshqa barcha tashishi jarayonlarida ishlatiladi.

DDP- DELIVERED DUTY PAID -bojni etkazib berish.

EXW termini sotuvchi zimmasiga minimal majburiyatlarni yuklasa, u xolda berilgan termin sotuvchi manfaatidir. Ya'ni sotuvchi barcha chiqimlarni to'laydi va

xavf xatar uchun o'zi javob beradi. Bundan tashqari sotuvchi bojxona hujjatlarini rasmiylashtirishni va bojlarni tulashni o'z bo'yniga oladi.

Agar sotuvchi ba'zi bojlarni to'laolmayotganligi aniklansa, bu o'z navbatida tegishli shartlar qo'shilishi bilan xal qilinadi. Tashishning barcha turlarida qo'llaniladi.

Narx

Oldi-sotdi shartnomasida tovar narxini belgilash uchun o'lchov birligi, bazis narxi, valyuta narxi, narxni fiksatsiyalash uslubi va narx darajasi aniqlanadi.

• **O'lchov biriligini aniqlash.** Narx belgilanadigan o'lchov birligini tanlash tovar xarakteri va jahon bozorida shu tovar savdosi amaliyoti xarakteriga bog'liq bo'ladi.

• **Bazis narxi.** Shartnomada tovar narxining qayd etilishi etkazib berish munosabatida uning bazisini aniqlash uchun katta ahamiyatga ega. Bazis narx tovar narxiga tovar etkazib berishdagi transport, sug'urta, omborxona va boshqa xarajatlarni kirish-kirmasligini belgilaydi. Bazis narxlar odatda, muvofiq atama (masalan, FAS, FOB, SIF, va boshqa) lar qo'llanilingan holda tovar topshirilgan punkt nomi ko'rsatilgan holda aniqlanadi. SIF sharti bo'yicha shartnomalarni imzolashda tovar narxi ikki uslub bilan aniqlanishi mumkin:

- tovarni olib borish bo'yicha barcha xarajatlar qo'shilgan qat'iy kattalik ko'rinishida;

- qiymati hisobsiz qat'iy narx ko'rinishida. Uning hajmi tovar etkazib berishda shu paytda fraxt stavkalarining mavjudligiga bog'liq holda aniqlanadi. Bunday hollarda eksport qiluvchi shartnoma amal qilayotgan davrda fraxt stavkasining o'zgarishi bilan bog'liq riskning oldini olishdan manfaatdor.

• **Narx valyutasi.** Shartnomada belgilangan narx eksport qiluvchi, import qiluvchi yoki uchinchi mamlakat valyutasida aks etishi mumkin.

• **Narxni qayd qilish usuli.** Narx shartnomada uning imzolanishi vaqtida, shartnoma amal qilishi muddati oralig'ida yoki uning bajarilishi paytida qayd etilishi mumkin. qayd qilish usuliga bog'liq ravishda narxning quyidagi ko'rinishlari ajratiladi: harakatdagi, sirg'anuvchan.

- **Shartnomada narx darajasining aniqlanishi.** Narx darajasini aniqlashda kontragentlar, odatda, narxning ikki ko'rinishini nazarda tutadilar: nashr qilingan va hisoblangan.

- *nashr qilingan narxlar* – maxsus va firmaga oid axborot manbalarida keltirilgan narxlar. Ular qoida bo'yicha, jahon bahosi darajasini aks ettiradi. Nashr qilingan narxlarga quyidagilar kiradi: ma'lumotnomadagi narxlar, birja tuzatishlari, auktsion narxlari, umumiy statistik ma'lumotnomalarda yuritiladigan narxlar, amal qilayotgan bitimlar narxlari, yirik firmalarning taklif narxlari.

- **Narxdan chegirmalar.** Nashr qilingan narxlar ma'lumotnoma sifatidagi afzalliklarga ega va maxsus chegirmalar tizimidan keng foydalanadi.

- **Etkazib beruvchining hisob narxlari** – narxning ikkinchi ko'rinishidir. Shartnomalarda nostandart, maxsus, individual buyurtma asosida ishlab chiqariladigan uskunalariga nisbatan qo'llaniladi.

To'lov

Shartnoma to'lov shartlarini aniqlashda quyidagilar belgilanadi: to'lov valyutasi; to'lov uslubi va hisob shakli; valyuta riskini kamaytirish yoki eskirtirishga yo'naltirilgan izohlar.

- **To'lov valyutasi.** Oldi-sotdi shartnomasini imzolashda tovar to'lovi qanday valyutada amalga oshirilishi belgilanadi, eksport qiluvchi mamlakati valyutasidami, import qiluvchi mamlakati valyutasidami yoki uchinchi mamlakat valyutasidami.

- **To'lov muddati.** Tomonlar, odatda shartnomada to'lovning aniq muddatini belgilaydilar. Agar to'lov muddati to'g'ri yoki egri tarzda belgilanmagan bo'lsa, unda to'lov sotuvchi tomonidan xaridorni tovar uning ihtiyoriga tavsiya etilganligi haqida ogohlantirilgandan keyin aniq kunlar davomida o'tkaziladi, etkazib berishning boshqa shartlarida sotuvchi tomonidan xaridorning tovar yuborilganligi haqidagi ogohlantirishidan keyingi kunlarda orqali belgilanadi.

- **To'lov usuli** tovarning etkazilib berilishi munosabati bo'yicha tovar to'lovini amalga oshirishni aniqlaydi. To'lovning asosiy usullari: naqd to'lov, avans to'lov va

kredit to'lovi. Uzoq muddat davomida tayyorlanuvchi murakkab uskunalarni etkazib berishda barcha uch uslubdan foydalaniladi.

- **Xorij mamlakatlarida hisob shakllari** turli tuman bo'lib, to'lovning bank va kredit vositalari turli ko'rinishlaridan foydalaniladi. Xalqaro tijorat bitimlarida naqd pul belgilari, odatda qo'llanilmaydi. Hisobning asosiy shakllari quyidagilar: inkassali, akkreditivli, ochiq hisob bo'yicha, telegraf va pochta o'tkazmalari yo'li bilan, chekli, vekselli. Xalqaro tijorat bitimlari bo'yicha hisoblarning ko'p qismi inkassali va akkreditiv shaklda amalga oshiriladi. hisobning bu shakllari bir-biri bilan chambarchas bog'langan.

Qadoqlash

Agar tovar turi bo'yicha qadoqlash zarurati bo'lsa, shartnomaga qadoqlash xarakteri va ko'rinishi, uning sifati, hajmi, to'lov usuli ko'rsatilgan shartlar kiritiladi.

Qadoqlash ko'rinishini aniqlash qadoqda ko'rsatilgan tovar xususiyatlariga bog'liq bo'ladi. Odatda, shartnomada tashqi qadoqlash va ichki qadoqlash farqlanadi. Ularning sifati u qondirishi kerak bo'lgan talablarda belgilanadi. qadoq sifatiga belgilangan standartlarning va texnik shartlarning mavjudligi standartlar va texnik shartlarga muvofiq ilovalar bilan aniqlanadi.

Yuklash tartibi

Xaridor tovarni qabul qilish haqida o'z vaqtida tayyorgarlik ko'rishi uchun tovar ortilgan vaqtni bilishi juda zarur. Shuning uchun shartnomada odatda, sotuvchi xaridorga tovar yuklanganligi haqidagi xabarni etkazish lozimligi ko'rsatilishi shart.

Topshirish-qabul qilish

Tovarni topshirish deganda, oldi sotdi shartnomasi bo'yicha shartlarga muvofiq, tovarning sotuvchi tomonidan xaridor ixtiyoriga o'tkazish tushuniladi. Bunday uzatish natijasida xaridor tovar ustidan to'liq nazorat o'tkazishni amalga oshirish imkoniga ega bo'ladi.

Tovarni topshirish va qabul qilish ko'rinishlari bo'yicha *dastlabki va oxirigi qabul qilish joyi* bo'lishi mumkin. Topshirish-qabul qilish joyi odatda, shartnomada aniq ko'rsatiladi. U korxona yoki sotuvchi ombori, yukning kelishilgan porti, tovar yuborilgan temir yo'li yoki aeroport, mo'ljallangan mamlakatdagi oxirigi va chegaraviy temir yo'l stantsiyasi, xaridor ombori yoki tovar sotilishining oxirigi punkti sifatida belgilanishi mumkin. Zarurat tug'ilganida shartnomada dastlabki va oxirigi qabul qilish joyi aniqlanadi.

Tovarni sifat va miqdor bo'yicha topshirish –qabul qilish muddati jihatidan bir xil bo'lmaydi. Xaridor odatda, tovar kelgan paytdayoq, uning miqdorini aniqlashi zarur. Sifat jihatdan qabul qilish uchun esa uzoqroq muddat talab etiladi.

Tovarning miqdoriy tekshiruvi. qabul qilib olishda tovarning shartnomada ko'rsatilgan miqdori bilan keltirilgan miqdorining mos kelishi tekshiriladi. Xaridor tovarning shartnomada ko'rsatilganidan ko'p yoki kam miqdorda, «atrofida» so'zini ishlatgan holda qabul qila olmaydi. Agar xaridor tovarni kam miqdorda qabul qilib olsa, uning qolganini o'zi to'lashga majbur. Agar tovar ortig'i bilan keltirilgan bo'lsa, xaridor uning ortiqchasidan vos kechish huquqiga ega.

Tovarni sifat bo'yicha qabul qilish ikki usul bilan amalga oshiriladi. Shartnoma shartlarida belgilangan tovar sifatining muvofiqligini tasdiqlovchi xujjat va qabul qilish joyidayoq tovarning sifatini tekshirish orqali. Keltirilgan tovar tekshiruvi oldin tanlangan namunalar sifatining tuzatilganiligi tahlilini o'tkazish, tovarni ko'rikdan o'tkazish, inspektirlashtirish va sinovdan o'tkazish yo'li bilan amalga oshirilishi mumkin.

Keltirilgan tovarni qabul qilish-topshirish usullari. Savdo amaliyotida keltirilgan tovarning sifat va miqdor jihatidan tekshirishning ikki asosiy uslubi qo'llaniladi: tanlov uslubi va keltirilgan barcha tovarni tekshirish uslubi. Birinchi uslub – qadoqlangan va taradagi tovarlarga qo'llaniladi, ikkinchisi esa, qadoqlanmagan tovarlarga nisbatan, ba'zan esa xaridor istagi bo'yicha qadoqlangan tovarlarga nisbatan ham ishlatiladi.

Reklamatsiyalar

Keltirilgan tovarlarning sifat va miqdor jihatidan shartnoma shartlariga mos kelmasligi haqidagi xaridor tomonidan sotuvchiga bildirilgan da'volar *reklamatsiya*, deb ataladi.

Reklamatsiya xaridor tomonidan tovarlarni qabul qilishda shartnoma shartlariga mos keladigan predmetlarni yo'qligi masalalari bo'yicha yoki sotuvchi tomonidan yuborilgan xujjatlarda keltirilgan tovarlarning mos kelmasligi hollarida sotuvchiga yuboriladi.

Tomonlar shartnomada sotuvchi xaridorga reklama qilingan tovarga to'langan summani berishi haqidagi kafolat ko'rib chiqadilar. Bunday kafolatni berish bilan bog'liq harajatlar agar reklamatsiya asoslansa, sotuvchi tomonidan, agar asoslanmasa, xaridor tomonidan to'lanadi.

Alohida belgilarga ega bo'lgan tovarlarni sotishda shartnomada reklama qilinayotgan tovarni almashtirish haqida shart ham kiritiladi. Xomashyo va oziq-ovqat tovarlari savdosida, qoida bo'yicha, reklama qilingan tovar narxidan yoki tovarning barcha partiyasi qiymatidan chegirmalar taklif etiladi.

Kafolatlar

Mashina va uskunalar shartnomalarida, odatda, sotuvchi tovar sifatiga aniq kafolatlangan muddat ichida javobgarlikni o'z bo'yiniga olishi to'g'risidagi shartlar ham kiritiladi. Bu shartlarda quyidagilar aniqlanadi: sotuvchi tomonidan berilgan kafolat hajmi; kafolat muddati; tovarning kamchiligi topilganda va u shartnomaga mos kelmaganida sotuvchining majburiyatlari. Beriladigan kafolat hajmi tovar xarakteri va shartnoma texnik shartlariga bog'liq.

Tabiiy kuchlar ta'siriga izohlar («fors-major»)

Deyarli barcha oldi-sotdi shartnomalarida shartnoma bajarilishi muddatini o'zgartirishga ruhsat berish yoki shartnoma imzolanganidan keyin tomonlar majburiyatlariga bog'liq bo'lmagan holda shartnoma bajarilishiga to'sqinlik qiluvchi holatlarning yuzaga kelishida tomonlar o'z majburiyatlarini qisman yoki butunlay bajarmasliklari mumkinligi haqida band mavjud b'yo'adi. Bunday xolatlar odatda «ko'rinmas», yoki «fors major» yoki «tabiiy kuchlar ta'siri» deb ataladi.

Shartnomadagi shunga mos shartlar «tabiiy kuchlar haqida izoh», «fors-major», «majburiyatlardan ozod qiluvchi holatlar», «majburiyatlardan ozod qiluvchi asoslar», deb ataladi.

Tabiiy kuchlar ta'siri holatlarini ikki toifaga bo'lish mumkin: uzoq muddatli va qisqa muddatli. Uzoq muddatliga, odatda, eksportni (ba'zan importni) ta'qiqlash, urushlar, blokada, valyutani cheklash va boshqa xukumat va xukumat organlarining tadbirlar kiradi. Qisqa muddatliga yong'in, suv toshqini, stixiyali qashshoqlik, port yoki dengizning muzlashi, zilzilalar va boshqalar kiradi.

Arbitraj

Shartnomaning bu shartida tomonlar orasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan va tinch yo'l bilan qal qilinmagan munozaralarga ruhsat berish tartibi belgilanadi. Ko'pgina shartnomalar uchinchi - sud deb nomlanuvchi arbitraj tomonidan ko'rib chiqiladi. Arbitraj, odatda ikki arbitror va bir superarbitordan tashkil topgan bo'ladi. Arbitraj uchun ko'pincha, tovar birjalarida, savdo palatalarida, tadbirkorlik uyushmalarida yoki ixtisoslashtirilgan arbitraj uyushmalarida tashkil etilgan doimiy arbitraj komissiyalaridan biri tanlanadi. Tomonlar shartnomada xalqaro savdo palatasi qoshidagi arbitraj sudida kutilayotgan munozaralarni ko'rib chiqadilar.

Transport shartlari

Transport shartlarida odatda, quyidagilar ko'rib chiqiladi:

Yuk tushirish (ortish) porti, ortish-tushirish punktlari, yukni uzatish punktlari nomi;

Sotuvchi va xaridor o'rtasida yuklarni ortish (tushirish) xarajatlarini taqsimlash;

O'tkazish shartnomasini rasmiylashtirish uchun konosament va charter rasmiyatchiligini tanlash;

Kemaning portga kelganligi haqida va kemaning yuk operatsiyalarini bajarishga tayyorligini aniqlash haqidagi axborotlar tartibi;

Ortish-tushirish me'yorlari va qat'iy vaqtni hisoblash tartibi.

Eksport va import litsenziyalari

Shartnomani bajarish uchun eksport yoki import litsenziyasi talab qilinsa, muvofiq litsenziyani olish majburiyatiga ega tomon bu haqida shartnomada to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatishi shart. Litsenzion tartibdagi shartnoma imzolash vaqtida har qanday o'zgarishlar haqida bir tomon ikkinchi tomonga darhol telegraf orqali xabar jo'natishi lozim.

Agar shartnomani bajarish uchun eksport yoki import litsenziyasi talab qilinsa, litsenziya olish majburiyatiga ega tomon bunday litsenziya olish uchun barcha zarur choralarni o'z vaqtida qabul qilishi lozim.

Agar litsenziya shartnomada ko'rsatilgan muddatda olinmasa, bunday shartnoma o'z kuchini yo'qotgan hisoblanadi. Agar litsenziya olish uchun shartnomada ko'rsatilgan muddatda muvofiq organ litsenziya berishdan vos kechsa, litsenziya olish majburiyatini olgan tomon tezda telegraf orqali ikkinchi tomonni ogohlantirishi lozim. Agar unga xabar qilinmasa, litsenziya olishga mas'ul tomon shartnoma majburiyatlarini bajarmagan hisoblanadi.

Agar litsenziya shartnoma miqdorining bir qismiga berilgan bo'lsa, litsenziya olish majburiyatiga ega tomon bu haqida ikkinchi tomonni darhol ogohlantirishi lozim. Bu xabarda yoki shartnoma tomonidan belgilangan muddatda litsenziya olishi kerak bo'lgan tomon shartnomaning qisman bajarilishi haqida ikkinchi tomonga taklif kiritishi mumkin.

Quriqlik orqali olib borishda, agar berilgan litsenziya tovar jo'natilgandan keyin bekor qilinsa, litsenziya uchun xarakat qilayotgan tomon «tabiiy kuchlar holati haqidagi izoh» moddasida ko'rib chiqilgan nizomni qo'llash huquqiga ega emas.

Agar berilgan litsenziya kema joyidan qo'zg'alguniga qadar yoki quriq er orqali tovar yuborilishiga qadar bekor qilinsa, litsenziya uchun xarakat qilayotgan tomon telegraf orqali bu haqida ikkinchi tomonga darhol xabar berishi lozim.

Shartnomaning bekor qilinishi natijasida yuzaga keladigan zararlarga ikkila tomonning ham aralashishi huquqini bermaydi. Litsenziya olish majburiyatni olgan tomonning yuqorida ko'rsatilgan majburiyatlarini bajarmaslik holatlari bundan mustasno.

5.3. Xalqaro oldi-sotdi shartnomalarini tuzish usullari

Oldi-sotdi shartnomalarining turlari

Oldi-sotdi shartnoma va bitimlarni tomonlarga bog'liqligiga qarab quyidagi turlarga bo'linadi: bir martalik va davriy etkazib berish; pulli va tovar shaklidagi (to'la yoki qisman) to'lovi bilan etkazib berish.

Bir martalik va davriy etkazib berish shartnomasi etkazib berish xarakteriga ko'ra quyidagi turlarga bo'linadi:

-bir martali etkazib berish shartnomasi odatda bir martalik shartnoma deyiladi. Unda taklifnomaning kelishuvi bilan kelishilgan aniq muddati va u yoki bu tomon etkazib beradigan tovarlar soni ko'rsatiladi. Shundan so'ng ularni o'z zimmasiga olgan majburiyatlari huquqiy jixatdan to'xtatiladi.

Bunday bitimlar bo'yicha tovar etkazib berish ko'rsatilgan muddatlarda bir yoki bir necha marta amalga oshiriladi.

Bir martalik kelishuvlar ikki tipda bo'ladi:

- qisqa muddatli etkazib berish (xom ashyolarga);
- uzoq muddatli etkazib berish (komplekt va murakkab jihozlarga).

Bir martalik qisqa muddatli etkazib berish shartnomasida muddat aniq yoki taxminiy belgilanadi.

Xalqaro savdoda bir martalik uzoq muddatli etkazib berish shartnomalari 3-5 va undan ko'p yillarga tuziladi va bu asosan butlovchi jihozlar, samolyotlar, kemalar bilan savdo qilishda keng tarqalgan. Butlovchi jihozlar savdosi: iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda mashinasozlikni tez rivojlanishiga; ilmiy ishlar va ishlab chiqarish ixtisoslanishini chuqurlashishiga; jahon bozorida mahsulot raqobatbardoshligini oshirishga, yuqori foyda olishga va valyuta qadrini ko'tarishga xizmat qilmoqda.

Butlovchi jihozlar shartnomalari mazmuni, tuzish usullariga qarab:

- etkazib beruvchi va buyurtmachining to'g'ridan-to'g'ri aloqasi asosida;
- ta'minlovchi-eksport qiluvchining o'zi uyushtirgan;
- import qiluvchi uyushtirgan va o'tkazayotgan savdoda qatnashishi bilan farqlanadi.

Odatda to'g'ridan-to'g'ri aloqada murakkab (noyob) jihozlarga shartnoma tuziladi. Bunda sotuvchi tariqasida monopol ishlab chiqaruvchi etkazib beruvchi(eksport qiluvchi) sifatida yoki o'ta mahsuslashgan firmaning bosh bo'g'ini qatnashadi.

Bunday shartnomalar ko'pincha sanoati rivojlangan firmalar o'rtasida import mamlakat qiluvchi firmalari tashkil etayotgan ob'ektlar qurilishiga jihozlar etkazib berishda tuziladi. Savdo natijalarini olib ko'rganda bunday shartnomalarning umumiy belgisi shundan iboratki: aksariyat shartnomalar o'z shartlarini taklif qilgan xolda tenderli shartlarga yo'naltirilgan va bular shartnomaning asosiy maqsadi bo'lib qoladi.

Davriy etkazib berish shartnomasida uzoq davr mobaynida aniq muddatlarda o'z vaqtida tovar etkazib berish ko'zda tutiladi. Bu davr bir yilni va uzoq davrni o'z ichiga olib, o'rtacha 5-10 yil ba'zan 15-20 yilning tashkil etishi mumkin. Qisqa muddatga tuzilgan shartnomalar **qisqa muddatli shartnoma**, uzoq muddatga tuzilgani esa **uzoq muddatli shartnomalar** deyiladi. Uzoq muddatli shartnomalar sanoat xom-ashyosi va yarim tayyor mahsulotlar uchun tuziladi. Asosan ular neft va neft mahsulotlari, tabiiy gaz, ruda, selyuloza, qog'oz va boshqalar uchun tuziladi. Uzoq muddatli shartnomalar tuzilishi sanoat firmalari, tez-tez ta'minlashga muxtoj bozor uchun yoki zavod(fabrika) import qiluvchilariga, xom-ashyo va yarim tayyor mahsulotlar bilan o'z vaqtida ta'minlanib turishi imkonini beradi, ishlab chiqarishni, sifatini, assortimentini, narxni oldindan belgilash va boshqarishda qulaylik tug'diradi. Masalan, neftni qayta ishlovchi zavodlar o'zini bir necha yil oldin don, neft xom-ashyosi bilan ta'minlashni xohlaydi, metallurgiya zavodi ruda va o'zgarmas strukturali metall bilan ta'minlanishni, mashinasozlik korxonasi kerakli hajm va o'lchovdagi po'latni, to'qimachilik korxonasi ma'lum uzunlikdagi chidamli tolalar bilan ta'minlanishini xoxlaydi.

Ikkinchi tomondan xom-ashyo etishtirib beruvchi korxonalar uzoq muddatli shartnomalar tuzish bilan firmalarni xom-ashyo bilan ta'minlashga va shu bilan birga firmalarning bog'liqligini kuchaytirib monopoliyalashtirishga xarakat qiladi.

Xom-ashyo bozori kon'yunkturasining tez-o'zgarishi bir tomondan savdo sohasidagi uzoq muddatli shartnomalarga qiyinchiliklar tug'dirsa, ikkinchi tomondan bozorda mahsulot taqchilligini keltirib chiqaradi.

Pul, tovar yoki aralash to'lovi shaklidagi shartnomalar

Tovarga haq to'lash turiga qarab shartnomalar pul shaklida eki tovar shaklida bo'ladi.

Pul shaklidagi to'lov shartnomasida tomonlar orasida to'lov usuli va shakli kelishiladi va aniq bir valyuta orqali to'lov amalga oshadi.

Tovar shaklidagi to'lov shartnomasida oldi-sotdi bir yoki bir necha tovarni boshqa bir tovarga xorijiy valyutada hisoblanib, almashtirish orqali amalga oshadi. Bunday shartnomalarga tovar almashuvi(barter) va kompesatsion kelishuvlar kiradi.

Tovar almashuvi yoki barter kelishuvlarida tomonlar roziligi bilan bir turdagi ma'lum miqdor tovarni boshqa turdagi ma'lum miqdor tovarlarga qiymat jihatdan almashtirish amalga oshiriladi.

Oddiy kompensatsiya kelishuv tovar almashuviga o'xshab o'zaro tovarlar narxi bo'yicha kelishiladi va amalga oshiriladi. Lekin oddiy kompensatsiya kelishuvda tomonlar 2 ta tovarni emas balki bir nechta, ko'plab tovarlarni moslashtiradi va o'zaro 2 tomon bir birlarining tovarlariga narx o'rnatadilar. Odatda bunda tomonlar bir birlariga 2 tadan ro'yxat jo'natadilar:

bir tomon - olmoqchi bo'lgan tovarlar ro'yxati, miqdori, narxini ko'rsatadi;

ikkinchi tomon - kompesatsiya qilmoqchi bo'lgan tovarlar ro'yxatini ko'rsatadi.

Munozaralar natijasida kontragentlar 2 ta ro'yxatni bir birlari bilan kelishgan holda moslashtiradi va u kompensatsiya shartnomani ajralmas qismi tariqasida ilova qilib qo'yiladi. Tovar almashish(barter) kelishuvdan farqi shundaki, kompensatsiya kelishuvida kelishuv konvertirlanmaydigan pulda hisoblanishi mumkin, chunki konvertatsiya lashtirish hamma vaqt ham pulda amalga oshavermaydi, shu holda pullik hisob-kitob kompensatsiya xarakteridagi kelishuvni buzmaydi.

Aralash shakldagi to'lovli shartnomalar hozirga kelib juda keng tarqalib ketdi.

Bunday shartnomalar asosan qurilishlarda ishlatiladi va unda korxonalar maqsadli kreditlanadi. Bunda to'lov qisman pulda va qisman tovar shaklida bo'ladi. Bu holda qurilish korxonasidan etkazib beradigan mahsulot oldindan belgilanadi.

Bunday shartnomalar quyidagi nomlar bilan aytiladi: "Mahsulotni bo'laklash", "Sanoat kompensatsiyasi haqida", "Kompensatsiya asosidagi kelishuv", "Import va rivojlanish kelishuvi".

Bunday kontraktlarda 3ta uzoq muddatli kelishuvlar bitta summada ko'rsatiladi (kredit foizi hisoblarisiz):

a) korxonani qurollantirish uchun texnik vositalar va xizmatlarga oldi-sotdi shartnomasi;

b) uzoq muddatli kredit to'g'risida kelishuvi;

v) xom-ashyo etkazib berish uchun uzoq muddatli shartnoma.

Hozirda bunday kompleks kelishuv shakli yangi tashkil bo'lgan, rivojlanayotgan mamalakatlarda eng ko'p tarqalgan. Bu shartnoma bo'yicha xom-ashyo etkazib beruvchi eng muhim ishlab chiqarish jihozlarni kredit shaklida qabul qiladi. Bu bilan xom-ashyo ishlab chiqaruvchi qurilish jihozlari, injener-texnik xizmatlarga, tog'-kon qazish ishlarini amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Komplekt jihozlarga oldi-sotdi shartnomalari

Komplekt jihozlarga oldi-sotdi shartnomalari o'zining mohiyatan murakkabligi bilan farqlanadi, shart-sharoitlarning turli-tumanligi, sotuvchi va oluvchi majburiyatlarining nozik shakllanganligi, sotuvchining majburiyatlari ko'pligi, jihozlarlar etkazib berishdan oldin va keyingi tomonlarning bir-birlari bilan yaqin aloqadorligi bilan farqlanadi.

Komplekt jihozlar shartnomasi ahamiyatining muhimligi shundaki, bunda nafaqat aloqalar eksport qiluvchi va import qiluvchi o'rtasida o'rnatiladi, balki maxsuslashgan firmalar va etkazib berishda ishtirok etadigan vositachi korxonalar ham qatnashadilar. Odatda kompleks jihozlar ishlab chiqarishda nafaqat TMKning shu'ba korxonalari ishtirok etadi, balki ularga rasman bo'ysunmaydigan turli davlatlar firmalari ham ishtirok etadi. Bunda asosiy ishlab chiqaruvchi etkazib

berishni hamda komplektlashni, uni o'z vaqtida va sifatli tashkil etishni sotib oluvchi oldida o'z zimmasiga oladi, ikkinchi tomondan ishlab chiqaruvchi etkazib beruvchi vositachilar bilan uzviy aloqada bo'lib o'z buyurtmalarini beradi. O'z vaqtida bajarilishini nazorat qiladi.

Shunday qilib, murakkab va komplekt jihozlarni etkazib berishda ishtirok etadigan barcha gurux firmalar o'rtasida butun bir aloqa tizimi o'rnatiladi. Bu firmalar o'rtasida mukammal korporatsion aloqalar yuzaga keladi. Ular orqali ilmiy izlanishlar va loyiha ishlarini boshlash mumkin. Shartnomalarni amalga oshirish jarayonida eksport qiluvchi va import qiluvchi o'rtasida uzviy bog'liqlik vujudga keladi. Keyingi davrlarda bunday ishlar sanoati rivojlangan davlatlar bilan bir qatorda Xindiston, Braziliya, Argentina, Meksika va boshqa shu kabi davlatlarda ham amalga oshirilmoqda.

Komplekt jihozlar etkazib berish shartnoma hajmiga quyidagilar kiradi:

- loyiha xujjatlari, texnik xujjatlar;
- jihozni aniq ishlab chiqarish quvvati, xom-ashyo, yoqilg'i sarfi va tayyor mahsulot chiqishi aniq ko'rsatilishi kerak;
- texnik xizmatlar, montaj, jihozni ishga tushirish, mutaxasislarni o'qitish.

Loyihani tuzib chiqish sotib oluvchi tomonidan bajariladi, ko'pincha bu ish texnik-iqtisodiy shartlarga asoslanadi, bundan xulosa qilish mumkinki, bo'lajak mahsulotning parametrlarini ishlab chiqishda sotib oluvchi to'laligicha yoki qisman qatnashadi. Loyihani ishlab chiqishda sotib oluvchi qatnashadi va loyiha ilmiy ishlar va izlanishlarga asoslanadi.

Etkazib berish tarkibiga texnologik, yordamchi, nazorat-o'lchov va boshqa jihozlar ham kiradi.

Jihozlar va materiallar etkazib berishdan tashqari etkazib berish predmetiga texnik xizmatlardan - buyurtmachiga maslaxat berish uchun mutaxasislar yuborish, montaj, yig'ish, jihozni ishga tushirish, ishchilar malakasini oshirish ham kiradi.

Etkazib beruvchi va buyurtmachi o'rtasidagi uzviy aloqalar quyidagi yo'nalishlarda amalga oshiriladi:

- loyihani xamkorlikda ishlab chiqish va hal qilish;

- buyurtmachi texnik loyihani tasdiqlashi;
- sex qurilishlari bilan parallel holda jihozlarni qismlarga bo'lib qabul qilish va ularni o'z vaqtida joyiga o'rnatish aloqalari;
- etkazib beruvchi tomonidan mutaxassislarni nazorat uchun yuborish bilan birga ekspulatatator-mutaxasis va injener-quruvchilarni ham yuborish;
- murakkab jihozlarni o'rnatilishida loyihani amalga oshirish jarayonida loyihaga o'zgarish kiritishda etkazib beruvchi va shef-montajchilar kelishuvida sotuvchi o'z avtorlik nazoratini o'tkazadi;
- qurilish jarayonida buyurtmachi tomonidan nazorat o'rnatishda - material, komplektlarini tekshirishda;
- etkazib beruvchi tomonidan loyiha amalga oshirilishda buyurtmachiga uzluksiz texnik xizmat ko'rsatishida. Bunda extiyot qismlar bilan ta'minlab, ishni to'xtab qolmasligi uchun sharoit yaratiladi.

Shunday qilib komplekt jihozlar oldi-sotdi shartnomasida etkazib berish tarkibi quyidagi tarkibga ega: loyihani jihozlash (texnik hujjatlarni tayyorlash), jihozlarni o'zini etkazib berish va texnik xizmatlar ko'rsatish va montaj ishlarni olib borish, jihozlarni joyiga o'rnatish va ishga tushirib berish.

Murakkab va komplekt jihozlarni etkazib berish shartnomasini tuzish uzoq vaqt muzokaralar olib borishni talab etadi. Bunday xarakterdagi kelishuvlar uzoq muddat davom etadigan bir martalik shartnoma hisoblanadi.

Komplekt jihozlar shartnomasida "sifat" bo'yicha shartlarda jihozlarning parametrlari, ularni sinab ko'rish tartibi, jihozlarga qo'yilgan texnik shartlar ko'rsatiladi va shu bilan birga ishlab chiqaruvchidan vositachilarga, vositachidan buyurtmachiga etkazish shartlari ham ko'rsatib o'tiladi.

Shartnomadagi "etkazib berish muddati" shartida aniq vaqt belgilanadi, qisman etkazib berish muddatlari grafigi tomonlar o'rtasida kelishiladi. Etkazib berish kuni deb, topshirish- qabul qilish vaqti hisoblanadi.

Etkazib berishda muammolar paydo bo'lsa, etkazib berish narxida ham o'zgarishlar bo'ladi. Kompleks shartnomalarni tuzishda narxlarni o'rnatilishning murakkab usulini qo'llash muhim hisoblanadi:

- shartnoma imzolanish vaqtida har bir qismni etkazib berishga alohida narx belgilanadi;

- shartnoma shartlari bajarilguncha xomashyo narxi, ish xaqi o'zgarsa shartnomaga narx o'zgarishlari kiritiladi.

Komplekt jihozlarining muomala xarajatlarini baholash 3 komponent orqali amalga oshiriladi;

- mashina, jihoz va materiallar ishlab chiqarish narxi;
- injener-maslahat xizmatlari uchun muomala xarajatlari;
- qurilish ishlarini olib borish xarajatlari.

Rivojlangan davlatlar firma va kompaniyalari real harajatlar kalkulyatsiyasi usulidan ko'proq foydalanadi. Unda asosan jihozlarning narxi va shartnomada ko'rsatilgan buyurtmachiga ko'rsatiladigan xizmatlar hisobga olinadi.

Bunda etkazib beruvchi sotib oluvchini faqatgina narxlar bilangina emas balki jihozlar bilan ham, etkazib berishda qatnashadigan montajchi, texnik, mutaxassisliklarning soatbay ish haqi hisobi bilan ham tanishtiradi.

Ishlab chiqarish jarayonida muomala harajatlarining o'zgarishi bilan narxning o'zgarishi – sirg'aluvchi narx deb ataladi. Sirg'aluvchi narx - alohida usullari bilan hisoblanib shartnomada ko'rsatilib o'tilishi shart. Sirg'aluvchi narxni hisoblashning eng ko'p tarqalgan usuli EEK, OOP tomonidan ishlab chiqilib, mashinalarning eksport qilishdagi umumiy shartlarni o'z ichiga oladi.

Narxlar valyuta kursi o'zgarishi bilan o'zgarib boradi.

Hozirgi sharoitda to'lovning murakkab usullari qo'llaniladi. To'lov usullari etkazib berilgan real tovarga nisbatan hisoblanishiga qarab farqlanadi.

To'lov usullarining asosiylari: naqd, avans, kredit katta miqdordagi qimmat baho jihozlarga shartnoma tuzilganda uchchala usul ham ishlatilishi mumkin.

Naqd pul bilan to'lov shartnomalarida asosan tovarni tayyorligiga qarab (masalan kemalarda) yoki bo'lmasa tovarni etkazib berish bo'laklariga qarab qismlarga bo'linib to'lanadi .

Avans tashqarisidagi to'lov buyurtma bajarilishigacha to'lanadi. Avans to'lovi xom-ashyo (tovar shaklida) yoki buyurtmadagi jihoz uchun butlovchi mahsulotlar

etkazib berish bilan amalga oshadi. Naqd pul shaklidagi avans to'lovi umumiy qiymatning ma'lum foiz qismini (odatda 10-15 foizni) tashkil etadi. Ba'zan avans umumiy to'lovning hajmiga teng bo'lishi mumkin, bunda buyurtmachi yangi tovarni tayyorlash va qayta ishlash hamda moliyalashtirilishni o'z zimmasiga oladi. (masalan, samolyotning yangi modeli).

Komplekt jihozlarni etkazib berish

Komplekt jihozlarni etkazib berish maqsadli kreditlash asosida amalga oshiriladi. Shartnoma katta summaga tuzilganda, shartnomani imzolashdan uni amalga oshirguncha uzoq muddat talab etilsa u holda import qiluvchi tovar etkazib berishni moliyalash uchun oldindan qisman mablag' to'laydi. Komplekt jihozlarni etkazib berishning xarakterli jihati shundaki, etkazib beruvchi tovarlarni asosan kredit shaklida beradi. Bu kreditlar G'arbiy Evropadagi barcha kreditlarning 20-30 foizni tashkil qiladi. Eksportni kreditlashning boshqa shakli bu - bank kreditlari. Bunda asosiy omil imtiyozli shartlardir, eng muhimi- bu kreditlarga davlat kafolatlari beriladi.

Rivojlanayotgan mamlakatlardagi iste'mol, qurilish ob'ektlarini moliyalashtirish uchun eng qulay usul kreditlash bo'lgani uchun, u keyingi yillarda kengroq tarqalmoqda.

Komplekt jihozlarini etkazib berish rivojlangan mamlakatlarda davlat tomonidan faqatgina moliyalashtirish sohasida emas, balki sug'urta sohasida, eksport qiluvchilar kafolati, shu tizimdagi korxonalarni uyushtirish sohasida qo'llab-quvvatlanmoqda.

Eksport qiluvchi tomonidan import qiluvchiga kredit berish tovar shakli, pul shakli va tovarni etkazib berish, korxonalarni qurib berish shaklida ham bo'ladi. Komplekt jihozlar shartnomasi asosida quriladigan korxonada ishlab chiqariladigan mahsulotning ma'lum (odatda 20-40 foiz) miqdorda eksport qiluvchiga yuborilishi qat'iy kelishilishi mumkin.

Kredit uchun to'lov etkazib beruvchi tomonidan belgilangan kelishuv asosida buyurtmachi tomonidan amalga oshiriladi.

Kreditni boshlang'ich qoplanishi umumiy summaning 10-20 foizini tashkil etmoqda, imtiyozli muddat davrida kredit foizi hisoblanmaydi. Keyinchalik foiz stavkalari 10-14 foizini tashkil etmoqda.

Firma kreditlari tovar yoki pul shaklida beriladi yoki qoplanadi, kreditni tovar shaklida berish to'lovni keyinga surish yoki materiallar etkazib berish yo'li bilan amalga oshiriladi. Olingan kreditni tovar shaklida qoplash mahsulotni qismlarga bo'lib yuborish yoki yuqorida aytib o'tganimizdek eksportchi qurib bergan ob'ekti uchun to'lov tariqasida amalga oshirish keng tarqalgan.

Komplekt jihozlar shartnomalarida bitta shartnoma turli shakldagi hisob-kitoblar orqali to'lov amalga oshirilishi mumkin: inkassa, akreditivlash, pochta yoki telegraf orqali jo'natiladi, bulardan veksel eng ko'p qo'llaniladigan to'lash qismi bo'lib hisoblanadi.

Jihozlar va mashinalar shartnomalarida topshirish - qabul qilishning xususiyatlari quyidagicha: qabul qilish etkazib beruvchining zavodida amalga oshiriladi, shartnomada qabul qilish tartibi to'la ko'rsatiladi. Unda jarayonlar, qabul qilish muddati, qabul qiluvchi inspektor majburiyatlari ko'rsatiladi.

Sotuvchi qoidaga binoan ma'lum muddat mobaynida tovarning sifati uchun javobgarlikni o'z ichiga oladi. Bu majburiyat sotuvchiga qo'yilgan "kafolat" shartida ko'rsatiladi. Unda kafolat turlari, kafolat muddati, kafolat bo'yicha sotuvchining majburiyati ko'rsatiladi. Komplekt jihozlar shartnomasidagi kafolat shartlari etkazib beruvchi tomonidan ko'rib chiqiladi va tegishli o'zgarishlar hisoblangan aniq raqamlar asosida ko'rsatkichlar o'rnatiladi. Shundan so'ng shartnomaning umumiy summasidan 5-10 foizi kafolat miqdori sifatida to'lanadi.

Xom ashyo va yarim tayyor materiallarga uzoq muddatli tijorat shartnomalarining ahamiyati

Hozirgi davr uzoq muddatli kelishuvlarga asoslangan tijorat shartnomalarini o'sib borishi bilan xarakterlanadi.

Amalda jahonning turli tovarlar bozorlarida uzoq muddatli shartnomalar ulushi turlichadir, yoqilg'i va qayta ishlanmagan sanoat xomashyosi ko'proq, qayta

ishlangan xomashyo esa kamroq ahamiyatga ega, jahon eksportida uzoq muddatli shartnomalar foydali qazilmalar eksportini 50-60 foizini, qayta ishlangan xomashyo eksporti 5-7 foizni tashkil etadi.

Uzoq muddatli shartnomalar ob'ekti sifatida asosiy o'rinni foydali qazilmalar egallaydi. Bunda: tabiiy gaz 70-80 foiz, temir ruda 60-70 foiz, tosh ko'mir 75 foiz, neft 10-15 foizni tashkil etadi. Bu ob'ektlar savdosi umumiy uzoq muddatli shartnomalarning 85-90 foizini tashkil etadi. Qolgan 10-15 foizning tarkibini o'z sohasi bo'yicha uran kontsentratlari, qalay kontsentratlari, qo'rg'oshin va rux rudalari, platina va palladiy, olmos, boksit, sellyuloza tashkil etadi. Uzoq muddatli shartnomalar 80-chi yillarning o'rtalarida faollashdi. Shu davrlarda temir rudasi bo'yicha uzoq muddatli shartnomalar importning FRGda-70 foizi, Angliyada-50 foizi, Yaponiyada-95 foizini tashkil etdi.

Uzoq muddatli shartnomalar bilan savdo qilish bir muncha afzalliklarga ega:

birinchidan, xomashyo mahsulotlari sanoatda qayta ishlangan mahsulotga o'xshab ma'naviy eskirmaydi, ularning sifati o'zgarmas bo'lib qolaveradi. O'zgarmas sifatli mahsulotga uzoq muddatli shartnomalar tuzish faqatgina sotuvchida emas sotib oluvchida ham qiziqish uyg'otadi. Undan tashqari, uzoq muddatli shartnomadagi mahsulot sifatini yangi texnologiya bilan o'zgartirsa (masalan, tarkibida metall bo'lmagan ruda) ham sotib oluvchini bu unchalik tashvishlantirmaydi;

ikkinchidan, uzoq muddatli tijorat shartnomalari ishlab chiqarishni uzoq muddat davomida xomashyo bilan bir me'yorda ta'minlab turadi. Shu bilan xomashyo manbasi va korxona istiqboli aniq belgilanadi;

uchinchidan, uzoq muddatli shartnomalar bozori ochiq bozorga nisbatan keng ko'lamda, talab turg'unligiga, narx o'zgarmasligiga ega.

Uzoq muddatli shartnoma munosabatlari rivojida kontragentlarning roli katta. Ular orqali xalqaro mehnat taqsimoti, ishlab chiqarishni maxsuslashishi, xorijiy firmalar xo'jalik faoliyatini birlashishi, xalqaro xo'jalik iqtisodiyoti turg'unligi chuqurlashib boradi.

Korxona hamkor kompaniya bilan uzoq muddatli, birlashib ketgan shartnoma aloqalari tizimi orqali imkon boricha loyihalashtirilgan faoliyati orqali bozor stixiyasi qarama-qarshiliklarni bartaraf qilishga harakat qiladi.

Uzoq muddatli shartnomalarga talab oshib borishi foydali qazilma konlarining paydo bo'lishi va qayta ishlashga kapital qo'yishni ko'payishiga bog'liq. qazib chiqaruvchi kompaniyalar investitsiyalangan vositalarni belgilangan muddatlarda olishga hamda ishonchli kafolatlarga qiziqadilar. Uzoq muddatli shartnomalarda narx shartnoma imzolanadigan vaqtda bir hil qat'iy belgilanadi yoki yarim, bir yilga o'rnatilib, keyinchalik qayta ko'rilib chiqiladi. Uzoq muddatli shartnomalarga narx o'rnatishda joriy va cheklangan o'zgaruvchi narxlarni qat'iy va kam o'zgaruvchi narxlar o'rniga qo'llash hozirda keng qo'llanilmoqda.

Qisqa xulosalar

Namunaviy shartnoma oldindan savdo amaliyoti hisobi bilan aniq shartnoma talablariga rozi bo'lgan tomonlarning qabul qilingan shartlari bo'lib, aniq tovarlarga yoki savdoning aniq ko'rinishlariga uchun qo'llaniladi. Namunaviy shartnomalar: mashina va uskunalar standart ko'rinishlari, iste'mol tovarlari; uzoq muddatga qo'yilgan sanoat xomashyolari; birjalardagi ommaviy xomashyo va oziq-ovqat tovarlari bo'yicha bitimlarni imzolashda tez-tez qo'llaniladi.

Oldi - sotdi shartnomasi-import qiluvchi va eksport qiluvchi tomonidan shartnoma asosida imzolangan tovar(xizmat)ni etkazib berish shartlarini aks ettiruvchi tijorat xujjatdir. Shartnoma imzolagan tomonlarning biri sotib olishni, ikkinchisi - shartnoma predmetini sotishni amalga oshiradi. Oldi-sotdi shartnomasining zaruriy sharti shuki, bunda tovarga bo'lgan mulkchilik huquqi sotuvchidan xaridorga o'tadi. Shu bilan oldi-sotdi shartnomasi boshqa shartnomalardan, ya'ni ijara, litsenziya, sug'urta va boshqalardan farqlanadi. Bunday shartnomalarda mulk huquqi tovarga o'tish shartlarini o'z ichiga olmaydi, shartnoma predmeti bo'lib yoki tovarni iste'mol huquqiga ega bo'lish yoki xizmatlarni ko'rsatish hisoblanadi.

Oldi-sotdi shartnomalari quyidagi asosiy shartlardan iborat: predmet va etkazib beriladigan tovar hajmi (tovarning nomi va miqdori); tovar sifatini aniqlash usullari; tovar etkazib berish joyi va muddati; tovar etkazib berilishning bazis shartlari; narx va etkazib berilishning umumiy qiymati; to'lov shartlari; tovarni topshirish va qabul qilish tartibi; sanktsiya va garantiya, arbitraj, fors – major(vafqulotdagi xolat) shart (kafolat) lari xaqidagi shartlar;transport shartlari; tomonlarning yuridik manzillari; sotuvchi va xaridor imzolari.

Oldi-sotdi shartnomasi tomonlari - sotuvchi va xaridor shartnomalarda bo'lgan muayyan ni o'z zimmlariga oladilar.

Sotuvchi uchun asosiy majburiyatlar-tovar etkazib berish, unga tegishli hujjatlarni berib yuborish va tovarga xususiy huquqni berish. Xaridor uchun - tovar uchun xaq to'lash va etkazib berilgan tovarni qabul qilib olish.

Etkazib berish muddati deganda, sotuvchi tovarni xaridorga yoki uning topshirig'i bilan uning nomidan ish yuritayotgan shaxsga tovarning etkazib berish vaqti tushuniladi.

Oldi-sotdi shartnomasida tovar narxini belgilash uchun o'lchov birligi, bazis narxi, valyuta narxi, narxni fiksatsiyalash uslubi va narx darajasi aniqlanadi.

Shartnoma to'lov shartlarini aniqlashda to'lov valyutasi, to'lov uslubi va hisob shakli, valyuta riskini kamaytirish yoki eskirtirishga yo'naltirilgan izohlar belgilanadi.

Tovarni topshirish deganda, oldi sotdi shartnomasi bo'yicha shartlarga muvofiq, tovarning sotuvchi tomonidan xaridor ixtiyoriga o'tkazish tushuniladi. Bunday uzatish natijasida xaridor tovar ustidan to'liq nazorat o'tkazishni amalga oshirish imkoniga ega bo'ladi.

Keltirilgan tovarlarning sifat va miqdor jihatidan shartnoma shartlariga mos kelmasligi haqidagi xaridor tomonidan sotuvchiga bildirilgan da'volar *reklamatsiya*, deb ataladi.

Mashina va uskunarlar shartnomalarida, odatda, sotuvchi tovar sifatiga aniq kafolatlangan muddat ichida javobgarlikni o'z bo'yiniga olishi to'g'risidagi shartlar ham kiritiladi. Bu shartlarda sotuvchi tomonidan berilgan kafolat hajmi; kafolat

muddati; tovarning kamchiligi topilganda va u shartnomaga mos kelmaganida sotuvchining majburiyatlari aniqlanadi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Xalqaro savdodagi namunali shartnoma tushunchasi va namunaviy shartnomalardagi umumiy shartlarning mazmuni nimadan iborat?
2. Savdo udumlari va ularning xalqaro savdodagi ahamiyati qanday?
3. Oldi-sotdi shartnomalarini mazmunini tushuntiring.
4. Oldi-sotdi shartnomasining kirish qismi , shartnoma predmeti nimalar keltiriladi?
5. Oldi-sotdi shartnomalarida tovar miqdorini aniqlash qanday amalga oshiriladi?
6. Oldi-sotdi shartnomasida tovar sifatini aniqlash qanday amalga oshiriladi?
7. Etkazib berish muddati va sanasi nima uchun qo'yiladi?
8. Tovarlarini etkazib berishning bazis shartlari deganda nimani tushunasiz?
9. «IKOTERMS» ni shakllantirish maksadi nima?
10. Narx, to'lov, qadoqlash, yuklash tartibi qanday amalga oshiriladi?
11. Topshirish-qabul qilish, reklamatsiyalar, kafolatlar nimaga qo'llaniladi?
12. Tabiiy kuchlar ta'siri , «fors-major» xolatida qanday choralar ko'riladi?
13. Arbitrajning vazifasi nimadan iborat?
14. Transport shartlarini ahamiyatini tushuntiring.
15. Eksport va import litsenziyalari nima maqsadda beriladi?
16. Xalqaro oldi-sotdi shartnomalarini tuzish usullari qanday?
17. Oldi-sotdi shartnomalarining turlarini aytib bering.
18. Komplekt jihozlarga oldi-sotdi shartnomalarining xususiyatlari nimadan iborat?
19. Komplekt jihozlarni etkazib berish shartnomalari haqida so'zlab bering.
20. Uzoq muddatli tijorat shartnomalarining ahamiyati nimada?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
4. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
5. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.- 2008. - 480 с.

6 BOB .XALQARO OLDI-SOTDI SHARTNOMALARINING BAJARILISHINI NAZORAT QILISH

6.1.Tovarni jo'natishga tayyorlash

Oldi-sotdi shartnomalarini (kelishuvlarining) ijro etish uchun, tomonlar o'z zimmlariga olgan majburiyatlarni bajarishi ya'ni: sotuvchi tomonidan shartnoma (kelishuv) predmeti bo'lmish tovarni xaridorga etkazib berish, xaridor tomonidan tovarni belgilangan narxini to'lashdan iboratdir.

U majburiyatlarini bajarishi uchun, sotuvchi tovarni jo'natish uchun tayyorlashi, kerakli hujjatlarni yig'ib xaridorga etkazib berishi va mahsulot uchun to'lovlarni qabul qilishi, tayyorgarlik ishlarini nihoyasiga etkazishi shart. Agar kelishuvda mashinalar va xar hil asbob-uskunalar, jihozlarlar etkazib berish majburiyati bo'lgan holda shartnoma (kelishuv)ga, etkazib bergan tovarni texnik xizmat ko'rsatishini ham hisobga olish kerak.

Tovarni jo'natishga tayyorlash sotuvchi tomonidan ma'lum talablarni bajarilishi ya'ni, tovarni qadoqlanishiga va tamg'alashga talablarni, tovarlar etkazib berilayotgan davlat bojxona talablarini ham hisobga olish kerak.

Bu talablar hilma-hildir va xar hil davlatlar transport turlari, tovarlari uchun o'ziga xos xususiyatlari bor.

Mahsulotni qadoqlash talablari.

Tovarni ishlab chiqaruvchidan sotuvchiga etkazib berishda mahsulotni qadoqlashga aniq talablar asosida to'g'ri va ratsional yondashish lozim.

Bunda mahsulotning xususiyatlari, masalan, holati, tashqi ko'rinishi, rangi, vazni, miqdori, fizikaviy va kimyoviy ta'siriga aloqasini hisobga olish kerak. Shu sababli qadoqlashga quyidagi talablar qo'yiladi: qadoqni tashqi ko'rinishi, tovarni xususiyatiga javob berishi, mahsulot qadog'i uni etkazib berish jarayonida mahsulotni yuklash va tushirish ishlarini hisobga olgan holda butunligini saqlanishiga javob berish kerak.

Transportda etkazib berish. qadoqlashni tanlab olish davomida shartnoma usuliga, masofa va yuklash vaqtiga, yo'lda tovarlarni qayta yuklash mumkinligiga, yuklash davomida tabiiy holatini yo'qotish mumkinligiga, temperatura holatiga, ob-havo sharoitiga, yuklash uchun haq to'lash sharoitiga, boshqa turdagi yuklar bilan o'rindoshligiga e'tibor berish zarur.

Dengiz orqali yuklarni tashish davomida turli yuklarning bir-biriga ta'siri, hamda dengizdagi chayqalishlarni yukga ta'siri, tryumlarning chuqurligi va yuklarining hajmi va tashqi muhitni ifloslantiruvchi narsa va hidlarning ta'sirini hisobga olinishi kerak.

Temir yo'l orqali yuklarni tashish davomida, yo'lda to'satdan to'xtash natijasida chayqalishni, ko'prik va tunellar o'lchamlari, yuk tushirish joylarining shakli va vaznini hisobga olish lozim. Ochiq turdagi temir yo'l platformalarida yukni tashish davomida ularning tashishga ta'sirini hisobga olish, yuk hadoqini namlik ta'sir qilmaslik choralarini ko'rilishi shart.

Yukni aviatsiya transportida tashishda yuk qadog'i maksimal darajada engil bo'lishi kerak, chunki aviatashish xarajatlari juda qimmat, avia kompaniyalar tomonidan tez yonuvchan yuklarga alohida talablar qo'yilgan. Umuman bunday yuklar yong'inga chidamli va puxta qadoqlarga qadoqlanashi shart. Shu bilan birga yuklarga chayqalish tasirining umuman yo'g'ligi, tovarlarni ortish va tushirish davomida mahsulot qadoqlariga yuqori talablar qo'yilmaydi.

Avtomobil bilan yukni tashish davomida, qadoqlash xarakteri, tovar turiga, avtomashinaning yuk ortish hajmiga, yo'llarning holatiga va boshqa sharoitlarga bog'liqdir. Ob-havo ta'siri munosabati bilan yuklar qadog'iga talablar o'zgachadir, tropik iqlimli mamlakatlarga etkazib beriluvchi (o'rtacha temperatura harorati 30-40 daraja) tovarlarni qadoqlash jarayonida alohida talablar qo'yiladi. Bu mamlakatlarga etkazib beruvchi yuklar qadog'iga alohida talablar: ya'ni, maxsus tayyorlangan materiallar bilan o'ralishi shart, ko'pincha qadoqlash uchun zich yopiladigan eshiklar, yoki temir konteynerlar qo'llaniladi.

Bojxona tartibi bilan belgilangan talablar. Qadoqlashga asosiy talablar, bojxona tarifida belgilangan talablarga maksimal moslashtirilgan bo'lishi shart. Bu

tovarni brutto og'irligi uchun olinadigan maxsus bojxona to'lovlarida alohida ahamiyatga ega. Bunday holda tovar qadog'i iloji boricha engil bo'lishi kerak. Bu ayniqsa yuk qadog'i vazni tovarlarga qaraganda og'ir bo'lgan taqdirda, tovar netto vaznidagi bojxona to'lovlarini undirishda haqiqiy netto og'irligi hisobga olinadi, bu netto og'irligi brutto og'irligidan qadoq og'irligini ayirish natijasida hosil bo'ladi (bochkalar, qutilar, qafaslar va barabanlar) va qadoq ta'rifi deb ataladi. Qadoq ta'rifida hisobga olinmagan qadoqlar ishlatilganda to'lovlarni hisoblashda tovarni etkazib beruvchi mamlakat bojxona hujjatlarda ko'rsatilgan netto og'irligi asos qilib olinadi.

Tamg'alashga oid talablar

Tamg'alash deb - mahsulotda, uning qadog'ida, birkasidagi kerakli yozuvlar, ko'rinishlar, shartli belgilarni qo'yilishi tushuniladi.

Mahsulot tamg'asi quyidagilardan iborat bo'lishi kerak:

- yuk oluvchi uchun kerakli bo'lgan zarur belgilar;
- transport tashkiloti uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar;

Ular **yuk tamg'asi** deb ataladi, tovar ishlab chiqarilgan mamlakat ko'rsatilishi va bojxona talablariga javob berishi shart.

6.2. Tijorat bitimini rasmiylashtirish uchun kerakli

Bo'lgan tashqi savdo hujjatlari

Tashqi savdo bitimini bajarilishini tasdiqlovchi, ya'ni, mahsulotni sotuvchiga etkazib berish, transportda tashish, sug'urta qilish, omborda saqlash, bojxonadan o'tkazish kabilar **tashqi savdo hujjatlari** deb ataladi.

Bajariladigan ishlar funktsiyasiga qarab tashqi savdo hujjatlarini quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

eksportga mo'ljallangan tovarlarni ishlab chiqarishni ta'minlash uchun hujjatlar;

sotib olish uchun topshiriq - mahsulot ishlab chiqarishga kerakli bo'lgan material va buyumlarni sotib olish uchun korxonada beriladigan hujjat;

ishlab chikarish yo'riqnomasi – mahsulotni buyurtmaga asosan sotish yoki ishlab chiqarishga mo'ljallangan hujjat.

ombordan olib chiqish uchun naryad - korxonada beriladi va buyurtmachi tomonidan buyurtirilgan tovarlarni ombordan olib chiqish uchun ruxsat hujjati;

faktura jadvali - korxonada beriladigan mahsulotning sotilishi to'g'risidagi ma'lumot beruvchi va tijorat hisoboti uchun asos bo'luvchi hujjat hisoblanadi.

qadoklash bo'yicha yo'riqnoma - korxonada beriladigan tovarni qadoqlash bo'yicha ma'lumot yig'indisi;

korxonada transport ishlari naryadi - korxonada mahsulotni transportda tashish yo'riqnomasi hisoblanadi;

statistika va ichki ma'muriyat to'g'risidagi hujjatlar, korxonada ishlab chiqarish bo'yicha statistik ma'lumotlarni yig'ish va boshqa ma'muriy vazifalar uchun qo'llaniladi.

Tovarni jo'natish uchun tayyorlash hujjatlari

Fraxt talabnomasi - tovar etkazib beruvchining mahsulot tashuvchiga mahsus jo'natish uchun joy ajratishni, kerakli transport vositasini jo'natish vaqtini belgilovchi hujjat.

Xujjat yo'riqnomasi - eksport qiluvchining mahsulotni transportlash bo'yicha talablari.

Mahsulotni etkazib berish topshirig'i, tovarni havo bo'ylab etkazib berish - yuk etkazib beruvchi tomonidan taqdim qilinuvchi hujjat, bu mahsulot to'g'risida to'liq ma'lumotdir, avia yuk tashish varaqasini tayyorlash uchun qo'llaniladi.

Yuk tashish orderi (mahalliy yuk tashish uchun) - mahalliy yuk tashish bo'yicha yo'riqnoma, masalan, korxona omboridan yukni etkazib beruvchining omborigacha tovarni etkazib berish uchun hujjat.

Jo'natish orderi - yuk etkazib beruvchining xaridorga yuk jo'natilganligi to'g'risidagi beriladigan hujjat.

Jo'natilganlik tug'risida ma'lumotnoma - sotuvchi yoki yuk etkazib beruvchining shu hujjat orqali yukni qabul qiluvchiga ma'lum qilishi.

Xujjatlarni taqsimlanishi to'g'risida xabarnoma.

Chet el savdosi hujjatlarini tayyorlash uchun javobgar tomonning bu hujjatlarni asil nusxasi va ular soni to'g'risida ma'lumot beruvchi xabarlar to'plami.

Etkazib berish ruxsatnomasi - xaridor tomonidan taqdim qilinuvchi hujjat bo'lib, sotuvchining tovarni etkazib berishga tayyor ekanligini ma'lum qiluvchi ma'lumot olgandan so'ng tovarni jo'natish ruxsatnomasi.

Tijorat hujjatlari

Bu hujjatlar tovarning narx - navosini miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarini belgilab beradi. Bu hujjatlarni sotuvchi rasmiylashtiradi, o'z navbatida xaridor esa to'lovlarni to'laydi.

Tijorat hisobi(schyoti) - etkazib berilgan mahsulot uchun to'lanadigan pul miqdorini aniqlovchi asosiy hisob-kitob hujjati bo'lib, sotuvchi tomonidan xaridorga taqdim etiladi. Xujjatda tovar birligi va umumiy narhi, tovarni etkazib berish bazis shartlari, hisob-kitob usuli va ko'rinishi, bank muassasi haqida ma'lumot, yukni tashish shartlari, sug'urta va sug'urta badallari, hisob varaqalari (ko'p nusxada, 25 tagacha) yoziladi.

Bajaradigan vazifalariga qarab, hisob-kitoblarning quyidagi turlarini ko'rsatish mumkin: xisob-kitob faktura, hisob kitob-spetsifikatsiya, dastlabki hisob-kitob.

Hisob-kitob fakturasi - xaridor mahsulotni to'liq qabul qilganidan so'ng yoziladi. Bu hujjatda tovar uchun pul miqdoridan tashqari hisob-kitob faktura tovar bilan jo'natiladigan hisob-kitob varaqasi sifatida ish qilinishi mumkin. Bojxona organlarining talabiga ko'ra ko'pchilik davlatlarda hisob-kitob-faktura tovar kelib chikish sertifikatida ko'llaniladi

Maxsuslashtirilgan hisob - bunda tovarni bahosi va hili, hamda butun tovarning umumiy qiymati ko'rsatiladi.

Oldindan to'lash hisobi - tovarlarni qabul qilib oluvchi mamlakatda yozib berilishi mumkin. Bunda tovarni bir partiyasining soni va qiymati to'g'risida

ma'lumotlar beriladi. Tovarni qabul qilib olgandan yoki jo'natgandan so'ng, schyot faktura ezib beriladi, shu bo'yicha oxirgi to'lov-hisob amalga oshiriladi.

Proforma-hisob - bu shunday hujjatki, bunda tovar qiymati va bahosi to'g'risida ma'lumot beriladi, ammo hisob-kitob hujjati bo'lolmaydi, chunki to'lash uchun zarur bo'lgan summa ko'rsatilmagan bo'ladi. Agarda proforma - hisob xar bir tovar turi yoki navi berilgan mahsuslashtirilgan proforma hisob deb ataladi. Proforma - hisob hali sotilmagan lekin, jo'natilgan tovarga yozib borilishi mumkin.

Ko'p vaqtda proforma-hisob tovarlarni ko'rgazma va yarmarkaga, kim oshdi savdosiga qo'yilganida yozib boriladi.

Tovar yoki tovar partiyasi tavsilotini beruvchi hujjatlarga maxsus texnika hujjatlari, qadoqlash varaqasi kiradi.

Maxsuslashtirilgan hisob - bunda tovarlarni hamma turi va navlarining miqdori ko'rsatilgan bo'ladi.

Texnika hujjatlari - uzoq muddat foydalanadigan keng iste'mol tovarlari va etkazib beriladigan moslamalarda talab qilinadi. Texnika hujjatida pasporti, foydalanish yo'riqnomasi, xar hil chizmalari, ehtiyot qismlari va boshqalar ko'rsatiladi. Texnika hujjati sotib oluvchi mamlakat tilida tayyorlanadi yoki sotib oluvchini ko'rsatmasiga muvofiq boshqa tilda yozilishi mumkin.

Qadoqlash varag'i- xar bir tovar ko'rsatmasida tovarlarni navi va turlarini ro'yxati beriladi. Qadoqlash varag'i bitta qadoqda xar hil tovarlar assortimenti berilgan holda zarur bo'ladi. Qadoqlash varog'ini shunday joylashtirish lozimki, uni sotib oluvchi tezda topib oladigan bo'lishi kerak.

Taqdim etilgan tovarlarni sifati to'g'risidagi guvoh hujjatlarga quyidagilar kiradi: sifati tug'risidagi sertifikat, kafolat majburiyati, sinov bayonnomasi, jo'natishga ruxsat.

Sifati to'g'risida sertifikat - amalda taqdim etilgan tovarlar sifatining guvohnomasi va shartnoma shartlariga muvofiqligi ko'rsatiladi. Unda tovarlarga tavsifnoma yoki tovarlar sifati ma'lum standart yoki texnika shartlari buyurtmasiga muvofiqligi beriladi. Sifati to'g'risidagi sertifikatni davlat organlari, savdo palatasi, eksport va import mamlakatini maxsus laboratoriyalari berishi mumkin.

Kafolat majburiyati yoki kafolat xati ma'lum shartnoma shartlariga muvofiqligini tasdiqlovchi hujjatdir. U jo'natilgan moslamalarni to'xtovsiz ishlashini kafolati bo'lib hisoblanadi.

Sinov bayonnomasi belgilangan kun va soatda korxonada sotuvchi bilan xaridor vakillarini qatnashib borishida to'la sinov o'tkazilgandan keyin tuziladi. Sinov bayonnomasi sinov o'tkazilgandan keyin buyurtmachiga yuboriladi. Sinov bayonnomasiga asosan tomonlar qabul qilish dalolatnomasiga imzo chekadilar. Jo'natishga ruxsat sotib oluvchini vakili bilan qabul qilib olish sinovi o'tkazilib bo'lgandan keyin beriladi. Jo'natishga ruxsatda shartnoma bo'yicha taqdim etish sanasi o'tkazilgan sinov sanasi, tovar jo'natilishi mumkin bo'lgan mamlakat ko'rsatiladi.

Bank to'lov operatsiyalari bo'yicha hujjatlar

Bank bo'yicha o'tkazish yo'riqnomasi - mijoz o'zining bankiga ma'lum summani to'lash topshirig'i hujjatidir.

Bank to'loviga buyurtma - mijoz o'zining bankiga sarf qilish uchun bergan buyurtmasi bo'lib, unda summasi va sarflash valyutasi, to'lovni oluvchi shaxs buyurtmasidir.

Inkassa to'lovi to'g'risida bildirish - inkassa bo'yicha to'lov amalga oshirilganligi to'g'risida bank ma'lumoti.

Tovar akkreditivi bo'yicha to'lov to'g'risida bildirish - tovar akkreditivi bo'yicha to'lov to'g'risida bank ma'lumoti hujjati.

Tovar akkreditivi bo'yicha to'lovga qabul qilingan hujjatlar to'g'risida bildirish.

Bank kafolatiga buyurtma - mijoz o'zining banki yordamida boshqa mamlakatda joylashgan tomondan ko'rsatilgan summa va to'lov valyutasi to'g'risidagi kafolat olish to'g'risidagi hujjatdir.

Bank kafolati- bank kelishilgan pul miqdorini to'lab berish majburiyati to'g'risidagi hujjatdir.

Qarzdorlik majburiyati - bu sotib oluvchi tomonidan amaldagi qonunlar asosida yoziladigan xujjat bo'lib, shu hujjatda ko'rsatilgan muddatda, ko'rsatilgan pul miqdorini bir tomonlama to'lash majburiyati aks ettiriladi.

Sug'urta hujjatlari

Sug'urtachi va sug'urtalanuvchi orasidagi o'zaro aloqani aks ettiradi. Sug'urtachining burchi sug'urta pulini to'lash emas, balki sug'urtalanuvchining turli baxtsiz hodisalardan ko'rgan zararini qoplashdir. Sug'urta hujjatlariga quyidagilar kiradi:

Sug'urta polisi – sug'urta shartnomasini tasdiqlovchi va shartnoma shartlarini o'z ichiga olgan sug'urtachi tomonidan beriladigan hujjat bo'lib, sug'urtachi sug'urtalanuvchiga muayyan to'lovga asosan baxtsiz hodisa tufayli ko'rgan zararini qoplash majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Sug'urta polisi sug'urta jamiyati tomonidan sug'urtalanuvchiga u tomonidan sug'urta mukofoti to'langandan keyin beriladi.

Sug'urta polisi sug'urtani rasmiylashtirish tartibiga ko'ra bir necha hil bo'ladi va xar hil nomlanadi. Reysli polisga ko'ra sug'urtalanuvchi ob'ekt ma'lum vaqt davriga sug'urtalanadi.

Reysli sug'urta polisi tovar jo'natiladigan portda sug'urtachi va sug'urtalanuvchi yoki uning ekspeditori tomonidan imzolanib sug'urta jamiyati blankalarida rasmiylashtiriladi. Reysli polis quyidagi asosiy ma'lumotlarni o'z ichiga oladi: sug'urtalanuvchi nomi, sug'urta shartlari; sug'urta summasi miqdori (sug'urtalangan tovarning soni yoki shikastlanganida sug'urtachi tomonidan qoplanadigan miqdor); sug'urta mukofoti miqdori - sug'urtachi tomonidan sug'urtalanish uchun to'lov sifatida to'lanadi.

Bosh (Generalno'y) polis – sug'urtachi va sug'urtalanuvchi tomonidan uzoq muddatga tuziladigan shartnoma. Unda shartnoma muddati, sug'urtachi javobgarligi hajmi va chegarasi, sug'urta mukofoti to'lov muddati va boshqa maxsus shartlar ko'rsatiladi.

Aralash polisda ob'ekt ma'lum bir reysga yoki ma'lum muddatga sug'urta qilinadi.

Sug'urta sertifikat – sug'urta jamiyati tomonidan beriladigan hujjat bo'lib, sug'urta bo'lganligini va sug'urta polisi berilganligini belgilaydi.

Muayyan yukka berilgan bunday sertifikat asosan bosh (general) polis yoki valyutalanmagan polis shartlariga ko'ra sug'urtalangan tovarlarga ishlatiladi.

Sug'urtachining talabiga ko'ra sertifikat sug'urta polisiga almashtirilishi mumkin, chunki ko'p davlatlar qonunida sug'urta hujjati sifatida faqat sug'urta polisi tan olinadi.

Sug'urta e'loni (bordero) – sug'urtalanuvchi tomonidan sug'urtachiga sug'urta shartnomasiga kiradigan aloxida jo'natishlar to'g'risida to'liq ma'lumot berganda qo'llaniladi - tomonlar tomonidan tuzilgan valyutalanmagan yoki bosh polis.

Sug'urta hisobi – sug'urtalanish summasi va to'lanishi majburiyligi ko'rsatilgan sug'urtachi tomonidan beriladigan hujjat.

Kovernot – sug'urtachi (sug'urtachi-makler, agent) tomonidan sug'urtalanuvchiga uning sug'urta to'g'risidagi instruktsiyalari bajarilganligi to'g'risidagi hujjat.

Transport hujjatlari

Yuk tashuvchi tomonidan yukni tashish uchun qabul qilib olganligi tasdiqlab beriladi. Dengiz orqali yuk tashilganda bu - konosament, dengiz yo'li yuk xati (nakladnaya), shturman tilxati, dok tilxati deyiladi.

Temir yo'li orqali yuk tashilganda - temir yo'li yuk xati (nakladnaya), yo'l qaydnomasi (vedomost) bo'lishi shart.

Aviatsiya orqali yuk tashilganda - avia yuk xati bo'lishi shart.

Avtomobil yo'li orqali yuk tashilganda - avtotransport yuk xati bo'lishi shart.

Ma'lum bir xudud ichida yuk tashilganda - universal transport hujjati, aralash yuk tashish hujjati bo'lishi shart.

Yuk tashishni ta'minlaydigan hujjatlar: yukni qabul qilib olganlik to'g'risida tilxat, kafolat xati; yuk tashish to'g'risida ekspeditorning guvohlik hujjati; yuk tonnajini fraxtlash uchun isbot xati; yukni jo'natish to'g'risidagi ariza-talabnomasi; fraxt hisob-kitobi; yuk kelganligi to'g'risidagi bildirish xati; yukni tashib berishga xalaqit beruvchi to'siqlar to'g'risidagi bildirish xati; yuk tashish manifesti; fraxt manifesti; konteyner manifesti.

Konosament - kema egasi tomonidan yuk egasiga uning yukini dengiz yo'li orqali tashib berishga qabul qilib olganligi to'g'risida beriladigan hujjat.

Konosament uch hil asosiy funktsiyani bajaradi:

- yuk tashib beruvchi tomonidan yukni tashib berishga qabul qilib olganligini tasdiqlaydi. Kema egasi tomonidan beriladigan tilxat bo'lib, ma'lum hajmdagi tovarni ma'lum miqdorda kemaga yuklanganligini va bu tovar kema egasi tomonidan qo'riqlanishini bildiradi. Konosamentda kema kompaniyasining quyidagi ko'rsatmalari ko'rsatilishi kerak: "yuk bortga olingan", "yuk yuklanish uchun qabul qilindi";

- tovar tarqatish hujjati. Original yuk egasiga foydalanish huquqini beradi. Bu, konosamentda ko'rsatilgan tovarni kema egasidan faqat konosamentda ko'rsatilgan yoki konosamentga egalik qiluvchi shaxs talab qilib olishligini va shu tovarga egalik huquqini beradi. Konosament tomonidan taqdim etilgan yo'ldagi tovarni sotish uchun tovar tarqatuvchiga konosamentni sotish yoki unga egalik qilish huquqini birovga bo'shatib berishi kifoya;

- mahsulotni dengiz yo'li orqali etkazib berish to'g'risida shartnoma tuzilganligiga to'g'risida guvoqlik beradi. Konosament bu funktsiyani tovarlarni doimiy yo'nalishlarda yuruvchi kemalarda yoki yuklarni qismlab etkazib berishda, ularning o'lchamlari kemani butunlay yoki qisman egallashga ega bo'lmagan xolda, agar yuk joylashtirish uchun kema butunlay yoki qisman egallansa (fraxtlansa), bunda shartnoma charter-partiya yoki charter sifatida tuziladi. Bunday konosament-kema nomi va uning egasi, kema tonnaji, yuklash va yukni tushirish portlari nomi, fraxt pul miqdori, to'lanish joyi tug'risida ma'lumot bo'ladi. Konosament

bosmaxonada chop etilgan xujjat bo'lib, unda yuqorida qayd qilingan ma'lumotlar bo'lishi kerak.

Konosamentni quyidagi turlari mavjud:

- tovar ma'lum manzilga, ma'lum shaxsga etkazib berilish sharti bilan;
- orderli, bunda yuk etkazib beruvchi o'z huquqlarini uchinchi tomonga berish yo'li bilan;
- talab qiluvchiga konosament, bunda tovar konosamenti bor fuqaroga topshiriladi.

Konosamentning alohida turi *to'g'ri konosamentdir*. Bunday shartnomada yuk bir joydan ikkinchi joyga bosqichma-bosqich olib boriladi.

Konosament uch yoki undan ortiq nusxada tayyorlanadi.

Birinchi nusxadan boshqa, konosamentga kerakli nusxalarni tayyorlash mumkin.

Shturman tilxati - bu tovarning kema xo'jayini tomonidan qabul qilib olingani to'g'risida guvohnomadir. U kapitan yordamchisi tomonidan berilib, unda olingan tovar partiyasi, uning ko'rinishi to'g'risida ma'lumot beradi.

Shturman tilxati yuk jo'natuvchiga taqdim etilib, konosament tayyor bo'lmagunga qadar yoki tovarning kema borti yonida bo'lgan taqdirda beriladi (FAS ko'rinishida).

Temir yo'l yuk xati – yoki xalqaro xabar berish yuk xati bo'lib, uning kopia dublikati – xalqaro temir yo'l bilan yuk tashishda transport hujjati hisoblanadi. Yuk xati - bu yuk jo'natuvchi va temir yo'l ma'muriyati o'rtasidagi tashish shartnomasining rasmiylashtirilgan hujjati hisoblanadi. Xalqaro savdo amaliyotida yuk tashish bo'yicha xalqaro MGK va SMGS Konventsiasida ishlab chiqilgan yuk xatlar shakli keng qo'llaniladi. Yuk xati ichiga kiradigan asosiy ma'lumotlar quyidagilar belgilangan va chegaradagi(bekat) nomi; etkazib berish haqi; e'lon qilingan yuk narxi hisoblanadi. Temir yo'l yuk xati, teksti standart blankalarda odatda 2 xilda nashr qilinadi.

Temir yo'l yuk xati yuk jo'natuvchi yoki uning ekspeditori tomonidan yuk qabul qiluvchi nomiga yoziladi. Etkazib beruvchi yuk jo'natuvchida qoladigan yuk

xati va dublikatga tamga qo'yish bilan etkazib berish shartnomasini tasdiqlaydi. Xar bir yuk xatiga tovar uzatuvchi hujjatlar biriktiriladi. Ularga: jo'natish tavsilotnomasi; tovar sifati to'g'risida ma'lumot; qadoqlash qog'ozi va boshqalar kiradi.

Yo'l varaqasi. Yo'l varaqasi – xar bir yuk xati uchun tuziladi va hisoblash hujjati hisoblanadi, bu hujjat yukni butun yo'l davomida kuzatib boradi va temir yo'l bilan tashishda transport hujjati bo'lib hisoblanadi.

Avtoyuklama yuk xati – bu yuk jo'natuvchi yoki uning nomidan yoziladigan, yuk jo'natuvchi va etkazib beruvchi o'rtasidagi yukni havo yo'li bilan tashishda shartnomaning haqiqiylikini ko'rsatuvchi hujjat hisoblanadi. (A)

Aviayuk xati - yuk jo'natuvchi tomonidan 3 nusxada to'ldiriladi va tovar bilan birga etkazib beruvchiga topshiriladi. 1-chi nusxa “etkazib beruvchiga” degan nomga ega; 2-chi nusxa “qabul qiluvchiga” degan belgiga ega bo'lib, yuk jo'natuvchi va tashuvchi tomonidan yoziladi; 3-nusxa esa etkazib beruvchi tomonidan yoziladi va tovar qabul qilingandan keyin yuk jo'natuvchiga qaytariladi. Yuk xatida jo'natuvchi va etib keluvchi aeroport nomi; yuk xatiga biriktirilgan hujjatlar: belgilangan qiymat: etkazib berish haqi; yuk xati tuzish vaqti va boshqalar ko'rsatiladi.

Aviayuk xati tovar taqsimlovchi va o'tkazuvchi hujjat hisoblanmaydi. U faqat tuzilgan shartnomani isbotlash, etkazib berish va etkazib berish shartlarini (olish) bajaradi. Ko'pincha aviayuk xati o'z ichiga yukning batafsil ta'rifini beruvchi bojxona deklaratsiyasi sifatida foydalaniladi.

Avtoyul yuk xati- avtomobil yo'li bo'yicha yuk xati etkazib beruvchi va jo'natuvchi o'rtasidagi yukni avtomobil yo'llarida tashish to'g'risidagi shartnomaning haqiqiylikini tasdiqlovchi transport hujjati hisoblanadi.

Eslatma: Xalqaro avtomobil yo'llarida tashish uchun, bu hujjat xalqaro yo'lda tashish shartnomasi to'g'risidagi Konventsiasining yozma buyrug'ini o'z ichiga olishi shart. Bunda – jo'natish vaqti: etkazib berilishi lozim bo'lgan yuk nomi: etkazib beruvchi nomi va adresi: qabul qiluvchi nomi: etkazib berish muddati va etkazib berish(muddat)ning kechiktirilganligi uchun shtraf hajmi: etkazib berish haqi ko'rsatiladi. Yuk xati etkazib beruvchi va yuk jo'natuvchi tarafidan yoziladi.

Bordero - avtomobil yo'llarida tashishda qo'llaniladigan hujjat bo'lib, bunda yuk mashinalari bilan tashiladigan yuklar ko'rib chiqiladi. U ko'pincha avtomobil yo'li bilan tashish yuk xati nusxasiga biriktirilgan dalilni o'z ichiga oladi.

Daryo yuk xati - bu dengiz yo'li bilan etkaziladigan yukni tashish uchun qabul qilingan va belgilangan portda yuk qabul qiluvchiga yukni etkazib beruvchi tomonidan topshirilishi lozim bo'lgan va etkazib beruvchi tarafidan yuk jo'natuvchiga beriladigan transport hujjati hisoblanadi. Ichki suv yo'llari bo'yicha yuk tashishda konosament ya'ni buyruq bo'yicha yoki ko'rsatilgan holda aniq shaxs nomiga yozilgan va tashuvchi tarafidan imzolangan va yukni qabul qilingandan so'ng jo'natishga berilgan oborot transport hujjati ishlatilishi mumkin.

Universal (ko'p maqsadli) transport hujjati - har bir yuk tashuvchi yoki transport operatori, bu hujjatda qayd etilgan tashishda xalqaro Konventsiya yoki milliy qonunchilik va tashish shartlariga binoan amalga oshirilishi mumkin bo'lgan bir yoki bir nechta mamlakat territoriyasida, bir yoki bir nechta tashish bitimi tuzilganligini ta'kidlovchi hujjat hisoblanadi.

Kombinatsiyali tashish hujjati - bu kombinatsiyali tashishni bajarish yoki ta'minlash maqsadida tuzilgan bitim mavjudligini tasdiqlaydigan aylanma yoki noaylanma hujjatdir. Uning ustki tarafida kombinatsiyali tashish hujjatlari tegishli bir hil qoidalarga mos ravishda chiqarilgan "kombinatsiyali tashish aylanma hujjati" yoki "kombinatsiyali tashish noaylanma hujjati" deb yozib qo'yilgan bo'lishi kerak.

Aralash tashish hujjati - operator yukni qabul qilib olganligi hamda bitim shartlariga binoan yukni tashib berish javobgarligini oluvchi hujjat.

Yukni qabul qilish haqida tilxat. Xujjatda aytib o'tilgan shartlarga binoan yuklarning qabul qilinganligi qayd etilgan, tashuvchiga transport hujjatini yozib berish imkoniyatini beradigan, tashuvchi yoki tashuvchining agenti tomonidan beriladigan hujjatdir.

Kafolat xati – bu yuk qabul qiluvchi yoki uning banki tarafidan beriladigan hujjat bo'lib, bunda transport hujjatlarini rasmiylashtirilmaganligi uchun kelib chiqadigan xar qanday oqibatlarga yuk tashuvchining javobgar emasligini ta'kidlaydi.

Transportirovka qilish to'risida ekspeditorlik guvohnomasi (FIATA) – aylanma hujjat bo'lib, quyidagilarni tasdiqlash uchun ekspeditor tomonidan beriladi: ekspeditor aniq partiyani yuk jo'natuvchi instruktsiyasiga binoan transport qilish va tashish va o'zlari belgilangan transportda agentligi vositachiligida yukni hujjat egasiga etkazib berish javobgarligini o'z bo'yniga olishni tasdiqlaydi.

Yukka joy belgilanganligini tasdiqlovchi – bu etkazib beruvchi tomonidan beriladigan va qandaydir transport vositasida berilgan yuk partiyasi uchun joy belgilanganligini tasdiqlovchi hujjatdir.

Jo'natma bo'yicha bildirish talabnomasi – bu tovarni etkazib berish yoki jo'natish topshirig'i hisoblanadi.

Frakta schyoti – bu transport operatori tomonidan beriladi va bunda frakta stavkasi va transportirovka harajatlari shuningdek, to'lov shartlari ko'rsatiladi.

Yukni kelib tushganligi haqida xabarnoma – bu etkazib beruvchining yukni qabul qiluvchiga yozma shaklda bergan ishonchnomasi bo'lib, bunda telefon yoki boshqa vositalar (buyurtma xati, teleks, telegramma va xakozolar) orqali quyidagilarni xabar qiladi, ya'ni unga yo'llangan tovar partiyasi aniq belgilangan punktga etkazib berilishi kerak.

Yukni etkazib berishda kelib chiqadigan to'siqlar to'g'risida ma'lumot - tashuvchining jo'natuvchiga yoki kerak bo'lganda yuk qabul qiluvchiga talabi bo'lib, bunda etkazib berish bilan bog'liq bo'lgan to'siqlar paytda bo'lganda va transport hujjatlarida tovarni qaytarib berish to'g'risida yuk jo'natuvchining instruktsiyalari berilmagan bo'lsa shu hollarda nima qilish kerakligi to'g'risida instruktsiyalar olinadi.

Yukni etkazib berish to'g'risida xabarnoma - bu yuk qabul qiluvchining iltimosiga ko'ra unga etkazib berishning aniq muddatini xabar qilish maqsadida etkazib beruvchi orqali yuk jo'natuvchiga yuborilgan yozma ishonchnomasi.

Yuk manifesti - bu hujjat bo'lib, bunda qandaydir transport vositasida yoki transport birligida etkazib beriladigan yukni tashkil qiluvchi tovarlar ko'rib chiqiladi. Yuk manifestida tovar to'g'risida tijorat ma'lumotlari ko'rsatiladi, ular quyidagilar:

transport hujjatlarining nomeri: yuk jo'natuvchi va yuk qabul qiluvchining nomi; markirovka yuk joylarining ko'rinishi va soni; tovar miqdori va ta'rifi va boshqalar.

Frakta manifesti - yuk manifesti kabi ma'lumotlarni va shuningdek tashish harajatlari va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Transport ekspeditorlik hujjatlari

Eksportchi tomonidan turli hil ekspeditsiya qilish operatsiyalarining bajarilishi rasmiylashtiriladi, ya'ni ular: yuklarni tayyorlash; omborga joylashtirish; tashishni tashkil qilish, bunga: tovarni yuklash; saqlash va qayta yuklash; mahalliy transport vositalarini etkazib berish; upakovka va markirovka holatini tekshirish: kerakli hujjatlarni tayyorlash va boshqalar.

Yuklash topshirig'i - bu etkazib berish shartlariga binoan yuk jo'natuvchi yoki yuk qabul qiluvchi tomonidan odatda transport ekspeditorlik firmasining blankiga yoziladigan hujjat hisoblanadi va eksportchiga topshiriladigan operatsiyalar ro'yxati va ularning bajarilishi bo'yicha batafsil instruktsiyalarni o'z ichiga oladi. Yuklash topshirig'iga quyidagi ma'lumotlar kiradi. U ishlab chiqaruvchimi yoki ishlabchiqaruvchi emasmi degan ko'rsatmasi bo'lgan jo'natuvchining nomi va adresi; buyurtma qanday qilib rasmiylashtirilganligi to'g'risida ko'rsatma va buyurtma muddati: upakovka turi va upakovka qilish yo'li; temir yo'li yuk xati va aviayuk xati qilish yo'li; temir yo'li yuk xati va aviayuk xati konosamentini rasmiylashtirish tartibi; yuk qabul qiluvchining yuk jo'natuvchi foydasiga akredetiv ochish va akredetiv kopyasi; etkazib berish harajatlari va etkazib berish shartlari bo'yicha ko'rsatmalar. Yuklash shartnomasiga odatda tovar schyotlarining kopyalari, import litsenziyalari yoki valyuta ruxsatnomalari biriktirib qo'yiladi.

Ekspeditor ko'rsatmalari - bu ekspeditorga beriladigan hujjat bo'lib, u mavjud tovarlarni ekspeditsiya qilish uchun ko'rilishi kerak bo'lgan choralar haqida ko'rsatmalarni o'z ichiga oladi.

Ekspeditor tomonidan importchini xabarlantirish - bu eksportchi mamlakatda ekspeditorlarga beriladigan va importchi mamlakatida ko'rsatilgan yuklarni ekspeditsiya qilish to'g'risida ekspeditorni ogohlantiruvchi hujjat hisoblanadi.

Ekspeditor schyoti - bu ekspeditorga beriladigan hujjat bo'lib, bunda ko'rsatilgan xizmatlar va ularning to'lanish talabi bo'ladi.

Ekspeditor tomonidan eksportchiga habar qilish - hujjat ko'rsatmalarning bajarilishi to'g'risida eksportchiga habar qilish uchun ekspeditorga beriladi.

Yukni qabul qilish bo'yicha ekspeditorlik guvohnomasi (FINTA).

Hujjatda qayd qilingan qabul qiluvchiga jo'natish yoki o'zida saqlash to'g'risidagi hujjatlari bir sharoitda aniq bir yuk partiyasi uchun javobgarlik olganligini tasdiqlash maqsadida ekspeditor tarafidan beriladigan noaylanma hujjatdir.

Jo'natish to'g'risida xabarnoma - yuk jo'natuvchi yoki uning agenti tomonidan etkazib beruvchiga, aralash tashish operatoriga, terminal xokimiyatga yoki boshqa qabul qiluvchilarga beriladi. Bu xabarnoma jo'natishga qo'yilgan eksport yuklari to'g'risida ma'lumotni kerakli tilxat va javobgarlik to'g'risida arizani o'z ichiga oladi.

Ekspeditorlarning ombor tilxati - bu ombor boshlig'i sifatida faoliyat ko'rsatadigan ekspeditor tomonidan yoziladigan hujjat bo'lib, bunda omborlashtirilgan tovarni qabul qilish qayd qilinadi va omborda tovarni saqlash shartlari va tarqatish usullari ko'rsatiladi.

Tovarni qabul qilish tilxati(ombor kvitantsiyasi) - bu port, ombor(depo) yoki terminal operatori tomonidan beriladigan hujjat hisoblanadi. Bu hujjatlar ko'rsatilgan shartlar asosida unda ko'rsatilgan tovarlarni olish qayd qilinadi. Bu hujjat - saqlashga qabul qilingan tovarlar ombor kitobiga yozib qo'yilgan va faqat o'z egasiga yoki o'tkazish yozuvida o'tilgan shaxsga berilishini tasdiqlaydi.

Tovar-ombor kvitantsiyasi - yuk egasiga ombor egasi tomonidan ular yukni saqlashga olishni tasdiqlash uchun beriladi. Lekin tovar-ombor kvitantsiyasi ombor kvitantsiyasidan farq qilgan holda 2 ta alohida bo'limdan tashkil topgan: ombor guvohnomasi va ombor varranti - bu yukni qabul qilishi to'g'risidagi hujjat bo'lib ombor boshlig'i tomonidan tovarlarni omborlarga joylashtirilgan tovarlar nomi ko'rsatiladi.

Varrantdan omborda turgan tovarlarni garovga qo'yish evaziga bankdan ssuda olishni amalga oshirish uchun foydalanishi mumkin.

Bunday hollarda varrantda berilgan ssuda summasi to'g'risida ma'lumot, uni qaytarish muddati beriladi. Varrant egasi berilgan ssuda hajmida tovarni garovga qo'yish huquqiga ega. Ssudani qaytarishda varrant ombor guvohnomasi egasiga beriladi.

Tovarni korxona omboridan olish uchun bir vaqtning o'zida ham varrant tovar o'tkazuvchi hujjat hisoblanadi, uni topshirish bilan egalik qilish huquqi tovarga o'tadi. Varrant xalqaro tovar birjalarida o'tkaziladigan operatsiyalarda keng qo'llaniladi.

Tovar berishga order – ko'rsatilgan tovarni yuk qabul qiluvchiga berish to'g'risida buyruq berish huquqiga ega tomonlar tarafidan beriladigan hujjat bo'lib, u tovar saqlovchiga topshiriladi.

Yukka ishlov berish bo'yicha order - yukka ishlov berish bilan shug'ullanadigan tashkilotlar tarafidan tashish uchun yoki ular javobgar bo'lgan yukka ishlov berish uchun beriladigan hujjatdir.

Tovar uchun ruxsatnoma - bu port chegarasi territoriyasidan yoki oxirgi punktdan, unda ko'rsatilgan tovarlarni olib chiqish huquqini beruvchi hujjat hisoblanadi.

Port yig'imi uchun hujjat - bu ko'rsatilgan xizmatlar narxi; saqlash va yuklarga ishlov berish; kema to'lovi; tovar egalarining boshqa yig'implari ifodalangan hujjat hisoblanadi.

Bojxona hujjatlari.

Bojxona hujjatlari tovarni bojxona chegarasidan o'tkazishni amalga oshirish uchun ishlatiladi. Bu hujjatga quyidagilar tegishli: bojxona deklaratsiyasi; eksport, import va valyuta litsenziyalari; tovarlarni kelib chiqishi haqida guvohlik; konsul fakturasi; tranzit hujjatlar; veterinarlik, sanitarlik va karantinlik guvohnomasi va boshqalar.

Bojxona deklaratsiyasi - tovarlarni import yoki eksport qilishda yukka javobgar shaxs tomonidan beriladigan ariza hisoblanadi.

Bojxona deklaratsiyasi quyidagi asosiy ma'lumotlarni o'z ichiga oladi: bojxona qabul qilingan yuk haqidagi hujjat nomeri; (bojxona portlari va tovar kelgan kema nomi); tovarning ta'rif nomi va bojxona ta'rifi moddasiga tegishli dalillar; tovar partiyasining qiymati va narxi.

Bojxona deklaratsiyasida shuningdek ularga biriktirilgan hujjatlar (schyoti, yuklash sertifikat, sifati to'g'risida sertifikat va boshqalar) ro'yxati beriladi.

Ba'zi bir mamlakatlar import qiluvchi yoki eksport qiluvchiga vaqtincha yoki dastlabki deklaratsiya olish uchun ijozat beradi. Agar importyor yukning bojxonaga kelishi vaqtida u to'g'risida aniq ma'lumotlarga ega bo'lmasa u holda, importyor dastlabki deklaratsiyani beradi. Tovarni yuklash va topshirishdan so'ng importyor oddiy turdagi deklaratsiyani beradi. Eksportyor ombordan tovar sotishda, tranzit tovarlarni jo'natishda oldindan deklaratsiya beradi. Unda oldindan to'langan boj, ko'zda tutiladi. Tovarlar bojga kiritilishi yoki kiritilmasligiga ko'ra bir nechta shaklga ega bo'ladi.

Eksport i import litsenziyalar. Mamlakatga ma'lum tovarni olib kirish va olib chiqish ustidan nazorat qilish uchun maxsus davlat organlari tomonidan beriladigan hujjat hisoblanadi. Eksport va import litsenziyalari o'z mamlakatida litsenziya berish bilan shug'ullanadigan organlarga eksport qiluvchi yoki import qiluvchi tarafidan ko'rsatilgan ariza asosida beriladi. Bu ariza odatda 2 ta bo'limdan iborat bo'lib maxsus blankalarda rasmiylashtiriladi. Ular ariza va litsenziyadan iborat. Agar litsenziya berilgan bo'lsa, unda arizaning 2-chi bo'limiga litsenziya beruvchi muassasaning shtampi qo'yiladi va u arizachiga qaytariladi.

Litsenziyada quyidagilar ko'rsatiladi: mamlakat nomi (tovar qaerga eksport yoki import qilinmoqda); xar bir vaziyatdagi FOB narxi; tovarning saqlash muddatining tayyorligi va uni etkazib berish muddati. Litsenziya ma'lum muddatga beriladi va undan foydalanmaslik natijasida u o'z kuchini yo'qotadi.

Eksport litsenziyasini berish uchun talabnoma – bu ma'lum narxdagi, ma'lum tovarni ma'lum punktga eksport qilishga ruxsat berish to'grisidagi talabnomadir.

Import litsenziyasini berish uchun talabnoma – bu hujjat bo'lib, unda qiziqishi bo'lgan tomon tegishli organdan import qilish chegaralangan tovarni import qilishga ruxsat berishni so'raydi.

Import litsenziyasi – import aloqasiga bog'liq bo'lgan qoidalarga tegishli organ tomonidan beriladi. Ko'rsatilgan tomonga ushbu hujjatda aytilgan shartlarga ko'ra cheklangan davr mobaynida ko'rsatilgan tovarlarni cheklangan yoki cheklanmagan miqdorda olib o'tishga ruxsat beriladi.

Valyuta nazorati deklaratsiyasi (eksport) – sotuvchi eksportchi tarafidan to'ldiriluvchi hujjat bo'lib, buning yordamida ma'sul (kompetent) organ to'lov shartlari va mavjud valyuta nazorati qoidalariga tegishli holda tuzilgan tijorat bitimi natijasida olingan summani chet el valyutasida mamlakatga o'tkazishni nazorat qilishi mumkin.

Valyuta nazorati deklaratsiyasi (import) – bu import qiluvchi (xaridor) tarafidan to'ldiriladigan hujjat bo'lib, kompetent organ uchun to'lov shartlari va mavjud valyuta nazorati qoidalariga ko'ra tijorat bitimini amalga oshirish uchun ajratilgan pulni xorij valyutasi asosida mamlakatga o'tkazishda nazorat vositasi hisoblanadi.

Valyuta litsenziyasini berish bo'yicha talabnoma – bu hujjat bo'lib, bunda (xaridor) importyor kompetent organdan tovar uchun ma'lum summani xorij valyutasida(sotuvchi)-importyorga o'tkazish uchun ajratishni so'raydi.

Valyuta litsenziyasi – xaridor-importyorning tovar uchun ma'lum summani chet el valyutasida sotuvchi(import qiluvchiga) o'tkazishga ruxsat beruvchi, kompetent ma'sul organ tarafidan beriladigan hujjat hisoblanadi.

Soliq deklaratsiyasi(qo'shilgan qiymat soligi) – bu hujjat bo'lib, bunda importyor kompetent ma'sul organga kerakli bo'lgan qo'shimcha qiymat solig'i (NDS)ni undirish uchun ishga tegishli ma'lumotlar ko'rsatiladi.

Yuk deklaratsiyasi – umumiy termin bo'lib, ba'zida frakt deklaratsiyasi deb ham nomlanadi. Bu hujjat tijorat transport vositasida tashiladigan yukka tegishli bo'lgan va bojxona uchun zarur hujjat hisoblanadi.

Yuk deklaratsiyasi – kemanding kelish - ketishini davlat organlari tomonidan nazorat qilinadigan, yukka tegishli bo'lgan axborotni o'z ichiga oluvchi asosiy hujjat sifatida, xalqaro dengizda kema qatnovini engillashtirish maqsadida qabul qilingan Konventsiya (London, 1965) namunasiga ko'ra tuzilgan.

Ichki iste'mol uchun tovarlar to'g'risida deklaratsiya – import qilish maqsadida olingan tovarlar haqida umumiy ma'lumotlarni ifodalovchi hujjatdir.

Tezkor etkazib berish haqida bojxona deklaratsiyasi – importyor tomonidan beriladigan hujjat bo'lib, unda tovar importini amalga oshiruvchi transport vositasi bilan tovar yuklab jo'natish haqida ma'lumot keltiriladi. Importchi binosida bojxona organlari tomonidan tasdiqlangan tezkor etkazib berish to'g'risidagi nizomga muvofiq tovar yuklab jo'natiladi.

Mol etkazib berish haqida bojxona ma'lumotnomasi – bu hujjatda bojxona organlari tomonidan bojxonadan chiqarilgan tovarlar ko'rsatiladi va shu tovarga qiziqishi bo'lgan tomonlarga taqdim etiladi.

Xavfli yuklar to'g'risida deklaratsiya – bu amaldagi Konventsiya va ko'rsatmalarga muvofiq yukni qabul qiluvchi tomonidan imzolanadigan hujjatdir. Bu hujjatda xavfli tovar yoki ma'lumotlarni tashishdan maqsadlar va bu tovarlar amaldagi Konventsiya va Nizomga muvofiq qadoqlanganligi va yoriqlar bilan ta'minlanganligi to'g'risidagi ariza ham ko'rsatiladi.

Tovarning kelib chiqishi haqida sertifikat (guvohnoma) – bu eksportchi mamlakatda kompetent organ tomonidan beriladigan maxsus hujjatdir. Bu hujjatda tovarlar haqida ma'lumot va ushbu sertifikatga taaluqli tovarlarning qaysi mamlakatdan kelib chiqqanligi aniq ko'rsatiladi. Bu hujjat uni berishga vakolati bo'lgan hukumat organlari va boshqa organlar tomonidan beriladi. Bu sertifikat shuningdek tayyorlovchining, ishlab chiqaruvchining, mol etkazib beruvchining, eksportyorning yoki boshqa (kompetent) ma'sul shaxsning deklaratsiyasidan iborat bo'lishi ham mumkin. "Mamlakat" termini o'z ichiga davlatlar, hududlar yoki

mamlakatning boshqa qismlari guruhini o'z ichiga olishi mumkin. Bunday hujjat bojxonada deklaratsiya qilingan tovarning kelib chiqish joyi, imtiyozli rejim bilan bogliq bo'lgan import qilish jarayonida majburiydir. Imtiyozlar quyidagicha bo'lishi mumkin: imtiyozli ta'rif, umumiy tarifdagi chegirmalar, boj to'lovlarisiz yukni olib o'tish, qo'shimcha boj to'lovlaridan ozod qilish va boshqalar.

Tovar xom ashyolarning kelib chiqishi to'g'risidagi guvohnomada – hom ashyoni qazib olish yoki olish joyi, yarim tayyor maxsulotlar va buyumlar uchun esa ishlab chiqarilgan mamlakat ko'rsatilishi shart. Bu guvohnoma savdo palatalari, eksportchi mamlakatlarning tadbirkorlar uyushmachi tomonidan beriladi. Ayrim hollarda esa bu guvohnoma konsul tomonidan tasdiqlanishi kerak.

Bu operatsiya konsullik legolizatsiyasi deb ataladi. Odatda konsul guvohnoma beruvchi shaxsning imzosini tekshiradi.

Sertifikat (YUNKTAD) – preferentsiya umumiy tizimi doirasida preferentsial rejim ostida bo'luvchi tovarlarning kelib chiqishi to'g'risidagi maxsus hujjatdir. Bu hujjat tovarlarning kelib chiqish deklaratsiyasi va sertifikati umumlashtirilgan blanki – blank A dan iboratdir.

Tovarlarning kelib chiqishi to'g'risida sertifikatga talabnoma.

Tovarni kelib chiqishi haqidagi deklaratsiya – tovarni kelib chiqishi haqidagi muvofiq bildirishnoma bo'lib, eksport jarayonida tovarga tegishli bo'lgan tijorat schyoti yoki boshqa hujjatga ishlab chiqaruvchi, etkazib beruvchi, eksportchi yoki boshqa to'la huquqli shaxslar tomonidan qo'shib qo'yiladi.

Konsul fakturasi – eksportchi yashaydigan davlatda eksportchi tomonidan tayyorlangan hujjat bo'lib, konsullik yig'imlarini to'lashdan ozod ekanligini tasdiqlash maqsadida importchi yashaydigan davlatning diplomatik vakolatxonasiga ko'rsatilgan bo'ladi. Bu hujjat importchi tomonidan tovar kiritayotganligi uchun tanishtirilgan bo'ladi.

Konsul fakturasi yoki konsul invoysi eksportyor yashaydigan davlatdagi importyorchi elchixonasi tomonidan tovarlar narxлари va hamma partiyalarni qiymatini tasdiqlash maqsadida rasmiylashtirilishi mumkin. Ko'p mamlakatlarda konsul fakturasi eksportyorlar tomonidan maxsus blankalarda tuziladi va davlatining

elchisiga tasdiqlanadi. Konsul fakturasining taqdimoti import tovarlardan boj olinadigan davlatda amalga oshiriladi.

Regionga (rayonga) mos nom haqidagi guvohnoma vakillik va xokimiyat organlari tomonidan belgilangan qoidaga muvofiq tuziladi va u o'zida ko'rsatilgan tovarlar nomini shu rayonga mosligini tasdiqlaydi. Masalan, (shampanskoe, portveyn, sir, parmezan).

Tovarlar sifatini nazorat qilish haqidagi guvohnomaga talabnoma manfaatdor tomon tomonidan to'la huquqli organga yo'llangan hujjat bo'lib, unda tovarlarni sifatini milliy yoki xalqaro standartlar yoki importchi yashaydigan davlat qonunchiligi yoki shartnoma shartlari bo'yicha nazorat qilish haqida guvohnoma so'raladi.

Tovarlar sifati nazorat qilinganlik haqida guvohnoma to'la huquqli organ tomonidan beriladigan va undagi tovarlar sifatini milliy yoki xalqaro standartlar yoki import qiluvchi yashaydigan davlatning qonunchiligi yoki shartnoma shartlari bo'yicha tasdiqlangan hujjat.

Ko'rib chiqish(chiqilganlik) xaqidagi guvoxnomaga talabnoma – bu to'la huquqli organga topshiriladigan hujjat bo'lib, bu hujjat talab qilinganda yoki shartnomada ko'zda tutilgan hollarda milliy yoki xalqaro standartlar yoki mahalliy qonunchilik asosida ushbu hujjatni so'raydigan tomon tarafidan topshiriladi.

Ko'rib chiqilganlik haqidagi guvohnoma – bu to'la huquqli organ tomonidan to'ldiriladigan hujjat. Bu hujjatda ro'yxatga olingan tovarlar ko'rik o'tkazilishi talab qilingan joyda yoki shartnoma holatiga muvofiq, milliy yoki xalqaro standartlar, mahalliy qonunchilik asosida ko'rikdan o'tkazilganligi tasdiqlanadi.

Eksport, statistik hujjat – xalqaro savdo bo'yicha statistik ma'lumotlar yig'adigan ma'suliyatli organga eksport qiluvchi o'zining olib chiqib ketayotgan tovari haqida ma'lumot beruvchi hujjat.

Import statistik hujjat – xalqaro savdo bo'yicha statistik ma'lumotlar yig'adigan ma'suliyatli organga import qiluvchi o'zining olib kiritayotgan tovari haqida ma'lumot beruvchi hujjat. Veterinar, sanitariya, fitosanitariya va karantin

guvoxnomasi olib chiqib ketiladigan tovar sog'lom ahvolda ekanligini tasdiqlash maqsadida eksportyor yashaydigan davlatning to'la huquqli organlariga topshiriladi.

Veterinar guvoxnomasi – eksport qiluvchi yashaydigan davlatning to'la huquqli organlari tomonidan beriladigan, tirik hayvon yoki qush parazitlarga va kasalliklarga chalinganligi, shuningdek ularning kelib chiqishi va har xil kasalliklardan saqlanganligini tasdiqlovchi hujjat.

Sanitariya guvoxnomasi – eksport qiluvchi yashaydigan davlatning to'la huquqli organlari tomonidan beriladigan, oziq-ovqat va chorva maxsulotlari, shuningdek go'sht maxsulotlari odamlar ise'mol qilishi uchun yaroqli ekanligini zarur sharoitda nazoratdan o'tkazilganligini tasdiqlovchi hujjatdir.

Fitosanitariya guvohnomasiga talabnoma – manfaatdor tomon tomonidan fitosanitariya guvoxnomasini berishni iltimos qilib to'la huquqli organga yo'llangan hujjat.

Fitosanitariya guvohnomasi – eksport qiluvchi yashaydigan davlatning to'la huquqli organi tomonidan beriladigan, meva, o'simlik va sabzavotlarni zararlanmaganligi, ularni iste'molga yaroqliligi, ular yo'liqadigan kasalliklarni oldi olinganligi va dezinfektsiya qilinganligini tasdiqlovchi hujjat.

Karantin guvohnomasi (sertifikat) – eksport qiluvchi davlatning rasmiy organlari tomonidan o'simliklarni himoya qilish va karantin bo'yicha beriladigan, muayyan tovarlar kasalliklar bilan zaharlanmaganligini, bu tovar ishlab chiqarilgan rayonda karantin bilan bog'liq bo'lgan munosabatlar to'g'ri yo'lga qo'yilganligini tasdiqlovchi hujjat

Karantin nazoratiga jalb qilinadigan maxsulotlar: urug, ildizlar, ko'chatlar, paxta xom ashyolari, paxta tolalari, quruq mevalar, tamakilar, junlar va zararli kasallik etkazishi mumkin bo'lgan o'simliklar. Veterinar sanitariya va karantin nazorati amaliyoti boshqa davlatlardan maxsus tovarlarni import qilishni ta'qiqlashga xizmat qiladi. Bu holat bir davlatning boshqa davlatlarni kamsitish (diskriminatsiya)ga olib keladi.

Bojxona tranziti uchun tovar deklaratsiyasi – bu bojxona tranziti uchun yuk jo'natuvchi tovar haqida ma'lumot beradigan hujjat.

Xalqaro bojxona deklaratsiyasi, MJDP namunasi, xalqaro bojxona deklaratsiyasi – bu xalqaro bojxona tranzit hujjati bo'lib, bu hujjat orqali yuk jo'natuvchi 1952 yilda qabul qilingan “Temir yo’lda chegara orqali yuk tashishni engillashtirish” haqidagi xalqaro bitimga muvofiq yukni temir yo’l orqali tashish haqida ma’lumot beradi.

Xalqaro bojxona tranzit (MDT) kitobchasi – xalqaro bojxona tranziti hujjati bo'lib, kafolat beradigan birlashma tomonidan va bojxona vakolatli organlari tomonidan beriladi. Bu hujjat orqali yuklar bojxona pechati va plombasiga ega bo'lgan holda avtotransportlarda, konteynerlarda tashiladi. Bu jarayon yuklarni tashish xalqaro bitimi talablariga muvofiq amalga oshiriladi.

TMT deklaratsiyasi – bojxona hujjati bo'lib, uning namunasi 1971 yil 7 iyunda Venada tuzilgan yuklarni xalqaro tranzit tashish haqidagi bojxona bitimi (TMT bitimi) 1-ilovasiga qo'shib qo'yiladi. TMT deklaratsiyasi tovarga tegishli bo'lgan murojaatlar, transportdagi va upakovkalardagi tovarlarni ketadigan joyidan belgilangan joyga etib borishini o'z ichiga oladi.

ATA kitobchasi – xalqaro tijorat hujjati bo'lib ATA bitimi shartlariga muvofiq beriladi. Bu bitim xalqaro kafolatga ega va milliy bojxona hujjati o'rnida, tranzit va vaqtinchalik tovar kiritishni ta'minlash, import yigim va soliqlar munosabatida kafolat bo'lib qo'llaniladi. U reimport va vaqtinchalik tovar chiqarishni nazorat qilishda qo'llanilishi mumkin. Lekin bu holda xalqaro kafolat qabul qilinmaydi.

6.3.Xalqaro savdo muolajalarining soddalashtirilishi

Tashqi savdo xujjatlarining unifikatsiya qilinishi va standartlashtirilishi

Xalqaro savdoning asosiy masalalarning qiyinlashib borishi, xujjat aylanmasining tez o'sishi xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish, tashqi savdo xujjatlarini unifikatsiya qilish va standartlashtirish bo'yicha ishlarning amalga oshirilish masalasini qo'yadi. Tashqi savdo xujjatlarini standartlashtirish tashqi savdo operatsiyalarini amalga oshirish muolajalarini engillashtiribgina qolmay, balki,

ma'lumotlarni avtomat ravishda qayta ishlash tizimini va axborot uzatish uslublarini qo'llash imkonini beradi.

70-yillarning boshlarida savdoni soddalashtirish bo'yicha milliy organlar butunlay qaytadan tashkil qilindi. EEK (EIK) ishchi guruhi yangi nomga ega bo'ldi: *xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha ishchi guruhi (OON, EEK, FAL)*. Bunda uning faoliyat doirasi ham kengaydi.

EEK va YUNKTAD chambarchas hamkorlikni yo'lga qo'ydilar. Masalan, EEK ishchi guruhi YUNKTAD rahbariyatidan xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish masalalari bo'yicha uning maslahatchisi bo'lishini iltimos qildi; ishchi guruhi tomonidan tavsiya etilgan standartlar belgilangan ikki tashkilot tomonidan qo'shma holda nashr qilingan hujjatlar seriyasi nashr qilinadi.

Quyidagi tashkiliy tuzilmalar tashkil etildi:

- Savdo va rivojlanish bo'yicha kengash;
- BMT Evropa iqtisodiy komissiyasi (EEK OON);
- Tashqi savdoni rivojlantirish bo'yicha qo'mita;
- Xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha ishchi guruhi;
- Savdo bo'yicha milliy uyushmalarni tashkil etish va rivojlantirish konferentsiyasi (YUNKTAD);
- Savdoni soddalashtirish bo'yicha maxsus dastur.

Rivojlanayotgan mamlakatlarda xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha YUNKTAD tomonidan orttirilgan tajriba ishchi guruhi doirasida amalga oshiriladigan standartlashtirish va soddalashtirish munosabatida qarorlar qabul qilish jarayonida qo'llaniladi.

Alohida savdo, transport yoki maxsus tarmoqlar – masalan, tashuvchilar, bojxona organlari, banklar, eksport qiluvchilar ekspeditor va sug'urtalovchilarning tajriba va talablari savdo muolajalarini soddalashtirishning umumiy yo'nalishlariga kiritiladi. Shu bilan bir qatorda savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha yangi milliy tashkilotlari miqdorining oshishi jarayoni davom etmoqda.

Xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha

Ishchi guruhining vazifalari

Ishchi guruhi quyidagi vazifalarni bajaradi:

Xalqaro savdo va etkazish bo'yicha soddalashtirish doirasidagi kordinatsiyalarni ta'minlaydi;

Xalqaro savdoda va etkazish berishda zarur bo'lgan muolajalar sharqini olib boradi. Bunday asosiy maqsad ularni qisqartirish, soddalashtirish, shuningdek, xalqaro reja bo'yicha kelishuv;

Savdo rasmiyatchiligi, muolajalar, xujjatlashtirish va aralash masalalar haqidagi ma'lumotlarni yig'adi va tarqatadi;

Umumiy yondashuvni ishlab chiqishni soddalashtirish muammolariga va ularni hal qilish umumiy metodikasiga muvofiqlashtiradi;

EEK namuna – formulyasi asosida savdo xujjatlarini standartlashtiradi va soddalashtiradi, bunda unga elektron qurilmalar va boshqa avtomatlashtirilgan tizimlardan foydalanishga mo'ljallangan xujjatlar ham qo'shiladi;

Tashqi savdo xujjatlaridagi ma'lumotlarni standartlashtirishni, shuningdek, standart savdo terminologiyasini ishlab chiqishni, ma'lumotlarni qayta ishlash va uzatishni zamonaviy vositalar bilan qo'shib foydalanish uchun tashqi savdo axborotlarini kodlashtirish yagona tizimini muvofiqlashtiradi;

Xalqaro savdoda ma'lumotlarni elektron uzatish tizimi uskunalardan foydalanishni muvofiqlashtiradi (xalqaro elektr aloqalari uyushmasi maslahati asosida);

Ishchi guruhi EEK a'zo mamlakatlari xukumatlariga tavsiyalar berish vakolatiga ega. Xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha Ishchi guruhi dasturiga ruknlar bo'yicha tasniflash mumkin bo'lgan quyidagi loyihalarni kiritish mumkin:

Zamonaviy savdo amaliyoti va muolajalari;

Xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha tadbirlar;

Savdoda ma'lumotlarni uzatish uslublarini garmonlashtirish va soddalashtirish;

BMT, EEK, FALPRO tavsiyalarini qo'llashga ko'maklashish va singdirish.

BMT EEKsi tomonidan quyidagi tavsiyalar ishlab chiqilgan va qabul qilingan:

- Tashqi savdo hujjatlari uchun EEK namuna-formulyari;
- Tashqi savdo hujjatlariga kodlarning aralashuvi;
- ISO mamlakatlari kodi, mamlakat nomi uchun kod va boshqalar.

BMTning Evropa Iqtisodiy Komissiyasi savdo muolajalarini soddalashtirish doirasidagi hamkorlik uchun xalqaro forum tomonidan samarali deb topildi. Hozirgi kunda bunday hamkorlik tufayli olingan amaliy natijalarga quyidagilar kiradi:

Tashqi savdo hujjatlari uchun BMT namuna – formulyari asosida ishlab chiqilgan BMT kelishilgan savdo hujjatlari tizimi;

Xalqaro savdoda qo'llaniladigan kodlar bo'yicha bitimlar (masalan, mamlakatning, valyutaning, etkazib berish shartlarining belgilanishi);

Savdo ma'lumotlari elementlarining ma'lumotnomasi (1980 yilda birinchi bor chiqarilgan). U xalqaro savdoda qo'llaniladigan ma'lumotlar elementlarini, ularning ko'rinishi va tasvirlanishini o'z ichiga oladi. Ish alohida aniq doiralar qamrab olgan qismlar bo'yicha amalga oshiriladi. Masalan, dengiz va yo'l transporti, bojxona va tijorat hujjatlari;

BMT EEK tomonidan ishlab chiqilgan savdo ma'lumotlarni almashtirish bo'yicha boshqaruvchi tamoyillari.

Xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha ishlar va tashqi savdoning xujjatlantirilishining unifikatsiya qilinishi va standartlashtirilishi bo'yicha ishlar o'zaro chambarchas holda va kelishilgan dastur bo'yicha olib boriladi.

Milliy darajada bajarilishi zarur bo'lgan xalqaro talablar umumiy xarakterga ega va shuning uchun xalqaro savdo ishtirokchilari – alohida mamlakatlar, firmalar va tashkilotlardarajasida aniqlashtirishni talab qiladi.

Qisqa xulosalar

Oldi-sotdi shartnomalarini (kelishuvlarining) ijro etish uchun, tomonlar o'z zimmlariga olgan majburiyatlarni bajarishi ya'ni: sotuvchi tomonidan shartnoma (kelishuv) predmeti bo'lmish tovarni xaridorga etkazib berishdan, xaridor tomonidan tovarni belgilangan narxini to'lashdan iboratdir.

Tashqi savdo bitimini bajarilishini tasdiqlovchi, ya'ni, mahsulotni sotuvchiga etkazib berish, transportda tashish, sug'urta qilish, omborda saqlash, bojxonadan o'tkazish kabilar tashqi savdo hujjatlari deb ataladi. Tashqi savdo hujjatlarini quyidagi guruhlarga bo'lish mumkin: eksportga mo'ljallangan tovarlarni ishlab chiqarishni ta'minlash uchun hujjatlar - sotib olish uchun topshiriq, ishlab chikarish yo'riqnomasi, ombordan olib chiqish uchun naryad, faktura jadvali, qadoklash bo'yicha yo'riqnoma, korxonada transport ishlari naryadi, statistika va ichki ma'muriyat to'g'risidagi hujjatlar.

Tovarni jo'natish uchun tayyorlash hujjatlariga fraxt talabnomasi, hujjat yo'riqnomasi, mahsulotni etkazib berish topshirig'i, yuk tashish orderi jo'natish orderi, jo'natilganlik to'g'risida ma'lumotnoma, hujjatlarni taqsimlanishi to'g'risida xabarnoma, etkazib berish ruxsatnomasi kiradi.

Tijorat hujjatlari tovarning narx - navosini miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarini belgilab beradi.

Tijorat hisobi - asosiy hisob-kitob hujjati. Xujjatda tovar birligi va umumiy narhi, tovarni etkazib berish bazis shartlari, hisob-kitob usuli va ko'rinishi, bank muassasi haqida ma'lumot, yukni tashish shartlari, sug'urta va sug'urta badallari mukofoti haqida ma'lumot bo'ladi.

Hisob-kitoblarning quyidagi turlarini kiritish mumkin: Hisob-kitob-faktura, hisob kitob-spetsifikatsiya, dastlabki hisob-kitob. maxsuslashtirilgan hisob, oldindan to'lash hisobi, proforma-hisob.

Texnika hujjatida pasporti, foydalanish yo'riqnomasi, xar hil chizmalari, ehtiyot qismlari va boshqalar ko'rsatiladi. Qadoqlash varag'i xar bir tovar ko'rsatmasida tovarlarni navi va hamma turlarini ro'yxati beriladi. Taqdim etilgan tovarlarni sifati to'g'risidagi guvoh hujjatlarga sifati to'g'risidagi sertifikat, kafolat majburiyati, sinov bayonnomasi, jo'natishga ruxsat kiradi.

To'lov-bank operatsiyalari bo'yicha hujjatlarga bank bo'yicha o'tkazish yo'riqnomasi, bank to'loviga buyurtma, inkassa to'lovi to'g'risida bildirish, tovar akkreditivi bo'yicha to'lov to'g'risida bildirish, bank kafolatiga buyurtma, bank kafolati qarzdorlik majburiyati kiradi.

Sug'urta hujjatlari- sug'urtachi va sug'urtalanuvchi orasidagi o'zaro aloqani aks ettiradi. Sug'urta hujjatlariga sug'urta polisi, reysli sug'urta polisi, bosh (generalnyy) polis, aralash polis sug'urta sertifikati, sug'urta e'loni, sug'urta hisobi kiradi.

Transport hujjatlari yuk tashuvchi tomonidan uning yukni tashish uchun qabul qilib olganligi tasdiqlab beriladi.

Dengiz orqali yuk tashilganda - konosament, dengiz yo'li yuk xati (nakladnaya), shturman tilxati, dok tilxati; temir yo'li orqali yuk tashilganda - temir yo'li yuk xati (nakladnaya), yo'l qaydnomasi (vedomost); aviatsiya orqali yuk tashilganda - avia yuk xati, avtomobil yo'li orqali yuk tashilganda - avtotransport yuk xati; ma'lum bir xudud ichida yuk tashilganda - universal transport hujjati, aralash yuk tashish hujjati bo'lishi shart.

Yuk tashishni ta'minlaydigan hujjatlar: yukni qabul qilib olganlik to'grisida tilxat, kafolat xati; yuk tashish to'g'risida ekspeditorning guvohlik hujjati; yuk tonnajini fraxtlash uchun isbot xati; yukni jo'natish to'g'risidagi ariza-talabnomasi; fraxt hisob-kitobi; yuk kelganligi to'g'risidagi bildirish xati; yukni tashib berishga xalaqit beruvchi to'siqlar to'g'risidagi bildirish xati; yuk tashish manifesti; fraxt manifesti; konteyner manifesti.

Bojxona hujjatlari tovarni bojxona chegarasidan o'tkazishni amalga oshirish uchun ishlatiladi. Bu hujjatga bojxona deklaratsiyasi; eksport, import va valyuta litsenziyalari; tovarlarni kelib chiqishi haqida guvohlik; konsul fakturasi; tranzit hujjatlar; veterinarlik, sanitarlik va karantinlik guvohnomasi va boshqalar kiradi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Tovarni jo'natishga tayyorlash qanday amalga oshiriladi?
2. Tamg'alashga oid talablar qanday?
3. Tijorat bitimini rasmiylashtirish uchun kerakli bo'lgan tashqi savdo hujjatlariga nimalar kiradi?
4. Tovarni jo'natish uchun tayyorlash hujjatlariga nimalar kiradi?
5. Tijorat hujjatlariga nimalar kiradi?

6. To'lov-bank operatsiyalari bo'yicha hujjatlariga nimalar kiradi?
7. Transport hujjatlari, transport ekspeditorlik hujjatlariga nimalar kiradi?
8. Bojxona hujjatlariga nimalar kiradi?
9. Xalqaro savdo muolajalarining soddalashtirilishi qanday amalga oshiriladi?
10. Tashqi savdo xujjatlarining unifikatsiya qilinishi va standartlashtirilishi qanday amalga oshiriladi?
11. Xalqaro savdo muolajalarini soddalashtirish bo'yicha ishchi guruhining vazifalari nimalardan iborat?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
4. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
5. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.- 2008. - 480 с.

7. 7-BOB.XALQARO TO'QNASH (UCHRASHGAN) OPERATSIYALAR

7.1. Xalqaro to'qnash (uchrashgan) savdo tushunchasining mazmuni va xususiyatlari

XX asrning yillarida xalqaro tijorat operatsiyalarini amalga oshirish texnikasida printsiplial xarakterdagi yangi jarayonlar yuz berdi.

Bunday jarayonlarning ustuvor yo'nalishlaridan biri hamkorlar tomonidan qabul qilingan to'qnashgan majburiyatlar: eksport qiluvchining import qiluvchidan ma'lum tovar va xizmatlarni sotib olish, import qiluvchi tomonidan esa eksport qiluvchiga kelishilgan tovar va xizmatlarni etkazish bo'yicha amalga oshiriladigan eksport-import operatsiyalarining rivojlanishi hisoblanadi. Bu turdagi operatsiyalar xalqaro to'qnash operatsiyalar, deb nomlanadi. Ularning rivojlanishi tez sur'atliligi bilan farqlanadi. Shunga asoslanib, operatsiyalar nazariyasi va amaliyotida yangi "to'qnash savdo" tushunchasi paydo bo'ldi.

Zamonaviy bosqichda to'qnash savdo xalqaro tovar almashishini tartibga soluvchi, mamlakatlar o'rtasidagi iqtisodiy va texnik-ishlab chiqarishga yordamlashish, xalqaro hisob-kitoblarni tartibga solish va barqarorlashtirilishining asosiy vositalardan biriga aylandi.

Xalqaro to'qnash savdo hajmining o'sishi bilan uning boshqaruvchilik roli ham oshib boradi. Agar 80-yillar o'rtalarida to'qnash savdo xalqaro tovar aylanmasining uchdan birni tashkil etgan bo'lsa, 80-yillar oxiriga borib, uning ulushi 40% ga etdi. Bu bilan to'qnash savdoning geografiyasi sezilarli kengaygan.

Turli mamlakatlarni birlashtirgan guruhlarining paydo bo'lishi va savdo iqtisodiy tartiblarini o'rnatishi xalqaro to'qnash operatsiyalarning keng tarqalishiga olib keldi. Savdo va to'lov balansining tanqisligi, konvertirlangan valyutaning etishmasligi yoki umuman yo'g'ligi, tashqi savdo operatsiyalarida davlat boshqaruvi tizimi va nazoratining mavjudligi, shuningdek, ko'p mamlakatlarda yuz berayotgan infelyatsion jarayon, xalqaro valyuta-kredit tizimi va xalqaro hisob tizimining beqarorligi xalqaro to'qnash operatsiyalarning keng tarqalishiga olib keldi.

To'qnash savdoning xalqaro tovar aylanmasidagi o'sishi egiluvchan bo'lib, undagi kontragentlar jahon bozoridagi o'zgarishlarga tez ko'nikadilar va

moslashadilar. Bu egiluvchanlik mamlakatlarga o'z eksportlarini biror bir maqsadga yo'naltirilgan holda diverfikatsiyalash imkonini beradi, noan'anaviy savdo bozoriga, jumladan, rivojlangan mamlakatlarning proteksionistik barerlar qo'yilgan, kirish qiyin bo'lgan bozorlarini ham egallash imkonini beradi, valyutani tejash, tovar va xizmatlarni xalqaro ayirboshlash uchun sharoit yaratadi.

Xalqaro to'qnash savdolarini rivojlanishida ichki kompyuterlashtirishni joriy qilish muhim rol o'ynaydi. U nafaqat, xalqaro tijorat operatsiyalari texnologiyasi va muolajalarini sifatli o'zgartirish va kontregentlar o'rtasida o'zaro hisoblarni engillashtirish, shuningdek, bitimlar samaradorligini oldindan aniqlash, konyunktura va narx o'sish tendentsiyasini hisobga olish, aniq mamlakat tovar aylanmasi tuzilmasini shakllantirish imkonini ham beradi.

Shulardan kelib chiqib xulosa qilishimiz mumkinki, to'qnash savdolar xalqaro tijorat operatsiyalarini amalga oshirishdagi yangi shakllar, uslublar, texnologiyalarni o'z ichiga olgan xalqaro tovar almashinuvining progressiv iqtisodiy mexanizmi mujassamlashtirgan.

Bu mexanizm asosini tijorat amaliyotida rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar o'rtasida keng tarqalgan bitimlar tashkil qiladi. Ular jumlasiga: «mahsulotlarni ajratish haqida», «import-rivojlanish», «pod klyuch» kreditlashtirish maqsadidagi sanoat ob'ektlarining qurilishi haqida, shuningdek, ishlab chiqarish kooperatsiyasi va ixtisoslashtirilishi haqidagi, sanoat ob'ektlarini qurish haqidagi, rivojlangan mamlakatlar va boshqa davlatlarning unga muvofiq keluvchi tashkilotlari o'rtasidagi ishlab chiqarish hamkorligi to'g'risidagi kelishilgan bitimlarni kiritish mumkin.

O'zaro kompensatsiya asosidagi xalqaro bitimlar turli shakllarda bo'lishiga qaramay, amalga oshirish texnologiyalari bilan, bitimlarning maqsadi va xarakteriga ko'ra farqlanadilar.

Xalqaro to'qnash savdolar ishlab chiqarish doirasidagi ishtirokchilarning samarali, uzoq muddatli, o'zaro manfaatli hamkorligiga mos keluvchi tijorat operatsiyalarini tashkillashtirishning tez rivojlanuvchi shakli hisoblanadi. Bu to'qnash savdo operatsiyalarining ob'ektiv zarurligi va uning porloq istiqboli haqida

gapirish imkonini beradi. Shu narsa aniqki, to'qnash savdo eksport qiluvchilar uchun afzalliklarga ega, ular shu orqali hamkorlari bilan manfaatdorlik yo'lida faol munosabatda bo'ladilar. Bu degani, to'qnash savdodan tushgan tushumlar ikkala tomon uchun ma'lum afzalliklarga ega. Amaliyotdan ma'lumki, savdoning bu shakli kundan-kunga yanada rivojlanib bormoqda. Shu bilan bog'liq holda O'zbekiston tashqi iqtisodiy aloqalarini rivojlantirish uchun muhim yo'nalish yuzaga kelmoqda. To'qnash savdodan foydalanish eksport tuzilmasi yaxshilanishi uchun, uning samaradorligini oshirish uchun muhim omil bo'lib qolmoqda. Gap faqat hozir bu shakl ilg'or rivojlangan tarmoqlar haqidagina emas, balki qayta ishlash sanoati haqida ham ketyapti. Shubhasizki, bu bilan bog'liq holda to'qnash savdoni rivojlantirish bo'yicha jahon tajribalarini qo'llash talab qilinadi. (Rasmga qarang).

Valyutasiz asosdagi tovar almashinuvili va kompensatsiya bitimlar

1.1. bir vaqtdagi o'tkazmalar bitimlari	1.2 bajarilish muddati uzoq bo'lgan bitimlar
1.1.1.Barter bitimlari	Global kelishuvlar
1.1.2 to'g'ri kompensatsiya	1.2.1. bazali bitimlar
	1.2.2. yozuv-majburiyati asosidagi tovaralmashinuv quyidagi kelishuvlar

2. Ishlab chiqarish hamkorligi kelishuvlari asosidagi kompensatsiya bitimlar

3.1 yirik masshtabli uzoq muddatli tovarlarni qayta xarid qilish asosidagi	3.2. «mahsulot bo'limi» bo'lidagi bitimlar	3.3 «import-rivojlanish» bitimlari
3.1.1. kompensatsion xarid majburiyatlari qo'yilgan asbob-uskuna qiymatidan yuqori bo'lgan kelishuvlar		
3.1.2. kompensatsion xarid bo'yicha majburiyatlar qo'yilgan asbob-uskuna		

Manba: Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. М “Банки и биржа”ЮНИТИ 2001 ,496 с

2- rasm. Xalqaro kompensatsiya bitimlar.

7.2. Xalqaro to'qnash bitimlarning ko'rinishlari

BMT ekspertlari xalqaro to'qnash bitimlarning uch asosiy ko'rinishini ajratadilar:

- barter bitimlari (barter transactions);
- savdo kompensatsiya bitimlar (commercial compensation);
- sanoat kompensatsiya bitimlar (industrial compensation).

Sanoat kompensatsiya bitimlari asosida «bir tomon mablag' o'tkazishni (qisman, zarur moliyalashtirishga kelishgan holda) amalga oshirsalar, ikkinchi tomon tovarlar, xizmatlar yoki yangi ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish uchun oxirida foydalanadigan texnologiyalarni etkazib beradi. Bunday hamkorlik keyin shu tarzda tashkil etilgan korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarni kompensatsiya asosida o'tkazish operatsiyasi bilan aralashib ketadi. Savdo kompensatsiya bitimlarda ikki tomon o'zaro aniq harakatlari orasidagi o'zaro munosabatlar yo'q»*.

Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti mutaxassislari (OESR) barcha xalqaro to'qnash bitimlarni ikki toifaga bo'ladilar – savdo kompensatsiyasi va sanoat kompensatsiyasi. Savdo kompensatsiyasi uchun quyidagi aniqliklar mavjud: u katta bo'lmagan yoki o'rtacha qiymatdagi qisqa operatsiya bo'lib, tashkiliy jihatdan bir-biriga bog'lanmagan turli xildagi tovarlarni almashtirishni o'z ichiga oladi. Bu bitim 36 xafta ichida yakunlanadi.

Sanoat kompensatsiyasi deganda, shunday bitimlar tushuniladiki, ular, odatda, yuqori texnologiya asosida ishlovchi g'arb sanoat uskunolari yoki tayyor zavod-fabrikalar savdosiga muvofiq, katta summani hamrab oladi. Sotilayotgan tovarlar o'rtasida o'zaro aloqa mavjud.

Tashkiliy-huquqiy asoslari va kompensatsiya tamoyillaridan kelib chiqib, xalqaro to'qnash bitimlarning uch turini ajratish mumkin:

1. Valyutasiz tovar almashinuviga asoslagan kompensatsiya bitimlar.
2. Tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlar.
3. Ishlab chiqarish hamkorligi kelishuvlariga asoslangan kompensatsiya bitimlar.

Xalqaro to'qnashgan savdodagi bitimlarning turli ko'rinishlarining ulushi quyidagicha:

- tovar almashtirishga asoslangan va kompensatsiya bitimlar 4-5 %;
- tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlar – 9-10 %;
- ishlab chiqarish hamkorligi doirasidagi bitimlar – 55-60 % ni tashkil qiladi.

Bitimlarning bu uch turi maqsad va xarakteri, bajarilish muddati, kompensatsiya shartlari, hisob-kitob mexanizmi, amalga oshirish tartibi nuqtai nazaridan bir-biridan farq qiladi.

Valyutasiz tovar almashinuviga asoslangan kompensatsiya bitimlar

Valyutasiz tovar almashinuviga asoslangan kompensatsiya bitimlar (product exchange agreements) tovar shaklidagi o'tkazmalar to'lovini nazarda tutadi. Agar bir yoki bir necha xil tovarlar bir vaqtda boshqa tovarlar xaridi bilan boshlanib ketsa, hisoblar ham xorij valyutasida hisoblanmaydi.

O'tkazmaning xarakteri va xarakat muddatiga ko'ra, ularni bir vaqtdagi etkazib beriladigan kelishuvlar va etkazib berish muddati uzaytirilgan kelishuvlarga ajratish mumkin.

Bir vaqtda etkazib beriladigan kelishuvlarning ikki turi mavjud: barterli va to'g'ri kompensatsiyali.

Barter kelishuvlar (barter transactions) miqdori bir xil tovarlarni kelishilgan holda boshqasiga almashtirishni nazarda tutadi. Bunday kelishuvda o'zaro qo'yiladigan tovarlar miqdori o'rnatiladi, yoki tomonlar tovarni etkazib berishga majbur bo'lgan summa kelishiladi. Bir-biriga qarshi qo'yilgan (almashtirish uchun

mo'ljallangan) tovarlar qiymatini aniqlashda baholash tovar xarakatlanishiga ketgan xarajatlar hisobini qo'shgan holdagi jahon narxlari asosida yuritiladi. Barter bitimlari, qoidaga muvofiq, tomonlar o'rtasidagi imzolangan oldi-sotdi shartnomasidagi kelishilgan ko'rsatmalar punktida tovarlar miqdorini bir vaqtda etkazib berishni nazarda tutadi. Barter bitimlari urush tugagandan keyingi yillarda, alohida tovarlarga talabning oshishi sharoitida va xalqaro to'lov vositalarining etishmasligi hollarida keng tarqalgan edi. Keyinchalik esa ular kam imzolana boshladilar. 70-yillarning o'rtalarida xom ashyo avvalo, neft bilan ta'minlashdagi muammolarning qaytarilishi natijasida barter ko'rinishidagi «xom ashyoga - xom ashyo» yoki «xom ashyoga - tayyor mahsulot» bitimlar xom ashyoni rivojlanayotgan mamlakatlardan rivojlangan mamlakatlarga kafolatli etkazib berish vositasi sifatida keng qo'llanila boshladi.

To'g'ri kompensatsiya kelishuvlar (direct compensation transaction, deal) xuddi barter kabi valyutada hisoblarsiz tovarlarni teng qiymatda o'zaro etkazib berishni nazarda tutadi. Lekin barter kelishuvlardan farqli ravishda, ular qarama-qarshi qo'yilgan tovarlar bahosini tomonlar o'rtasidagi kelishuv asosida belgilashni nazarda tutadilar. Bunday bitimda, odatda, ikki tovarning emas, almashtirishga mo'ljallangan tovarlarning ahamiyatli miqdori ham maydonga chiqadi. Tomonlar bir-birlariga tovarlarning ikki xil ro'yhatini yuboradilar: birinchisi, bir tomon sotib olishni istagan tovarlarning miqdori va narxi ko'rsatilgan ro'yhat, ikkinchisi kompensatsiyaga mo'ljallangan tovarlar ro'yhati. Muzokaralar natijasida hamkorlar qarama-qarshi qo'yilgan tovarlarning ikki ro'yhatini ishlab chiqadilar va ularni ajralmas qism sifatida kompensatsiya kelishuvga taklif etadilar.

Barter bitimlaridan farqli ravishda, to'g'ri kompensatsiya bitimlarda kreditor mamlakatida sarflanishi mumkin bo'lgan konverterlanmagan pul saldosi ko'rib chiqiladi. Muddati bo'yicha ikki taraflama etkazib berishlar bir-biriga mos keladi.

Bitimlarning bunday turi bozorga taklif etilayotgan mahsulotlar keng nomenklaturasi bilan kirib keluvchi universal savdo firmalari, eksport-import firmalari, turli mamlakatlarning ulgurji va chakana firmalari o'rtasida imzolanadi.

Uzoq muddatda bajariluvchi tovar almashtirish bitimlari. Ular valyutasiz asosda firma darajasida imzolanadi va «umumiy (global) kelishuvlar» (global

agreements, global countertrade agreements) nomini olgan. Bunday bitimlar, bir tomondan yirik TMK tomonidan, ikkinchi tomondan esa tashqi bozorga chiqish huquqiga ega davlat tashkilotlari, vazirliklar, xorijiy mamlakatlarning tashqi savdo tashkilotlari tomonidan imzolanishi mumkin.

Kelishuvlar qarama-qarshi qo'yilgan tovar, texnologiya va xizmatlar ro'yhatidan tashkil topgan umumiy protokollar shaklida imzolanishi mumkin. Umumiy protokollar asosida alohida shartnomalar seriyalari imzolanadi. Ayrim global kelishuvlarda barcha tovar almashinuv «umumiy ko'rinishda» aniqlanadi. Etkazib berish va qarama-qarshi etkazib berish aniq bitimlar bilan bog'lanmaydi.

Global kelishuvlardan sanoatning kimyo, tog'-kon, avtomobil tarmoqlarida, mashinasozlikning ayrim tarmoqlarida, shuningdek, oziq-ovqat, farmatsevtika, to'qimachilik sanoatida keng foydalaniladi.

Global kelishuvlar hamkorlarga ma'lum afzalliklarni taklif etadi:

TMK ko'rinishidagi eksport qiluvchilar aniq bozorda o'z mahsulotlarini barqaror sotish imkoniyatini oladilar. Bundan tashqari, individual asosda kompensatsiya xaridlar yoki alohida qarama –qarshi etkazib berishlar bo'yicha majburiyatlar haqida muzokaralar olib borish zarurati tug'ilmaydi.

Global kelishuvdagi har bir bitim bo'yicha qarama-qarshi xarid majburiyatlari o'rniga almashtirilayotgan tovar toifasi, ularning umumiy hajmi yoki qiymat bo'yicha ayirboshlash bilan bog'liq munosabatlar aniqlanadi.

Global kelishuvlar baza kelishuvlari shaklini olishi yoki yozuv majburiyat asosidagi tovar ayirboshlash haqidagi kelishuvlar shaklini olishi mumkin.

Baza kelishuvlaridan (framework agreements) yirik TMK lar foydalanadilar. Ularning ishlab chiqaruvchi bo'linmalari yetarli darajada ma'lum bozorda eksport operatsiyalarini mustaqil amalga oshiradilar. Turli bo'linmalar tomonidan amalga oshiriladigan qarama-qarshi xaridlarning ko'pgina alohida bitimlaridan qochish uchun, TMK import qiluvchi mamlakatdagi ma'lum bir tashkilot bilan baza kelishuvini imzolaydi. Bu unga mazkur mamlakatdagi barcha qarama-qarshi xaridlarini guruhlashtirish imkonini beradi.

Yozuv-majburiyat asosidagi tovar almashtirish haqidagi kelishuvlar (product exchange agreements based on letter of intent) eksport-import tovarlari almashinishi ro'yhatini taklif etadi. Unda aniq vaqt mobaynida (3-5 yil) hamkorlar o'zaro manfaatdorlik asosida faoliyat olib boradilar.

O'zaro manfaatli tovarlar nomenklaturasini aniqlashda tomonlar qator yillar davomida almashtirish mumkin bo'lgan, ro'yhatga kirgan tovarlar umumiy miqdorini belgilash mumkin bo'lgan majburiyat-xatlarini almashadilar. Odatda, qarama-qarshi qo'yilgan tovarlarning aniq miqdori har yil oxirida o'tkaziladigan shartnomalar vaqtida aniqlanadi. Etkazib beriladigan tovarlarning narxi, kredit shartlar va muddati har chorakda yoki yilda bir marta kelishilib olinishi mumkin. Majburiyat-xatlari eksport qiluvchidan ma'lum davr davomida alohida to'qnashgan xaridli etkazmalarini majburiy bog'lashni talab qilmaydi. Bu erda sotish va xarid qilish bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda ikki tomonlama amalga oshiriladi.

Zamonaviy sharoitlarda o'zaro tovar almashinuvini besh yil yoki undan ortiq vaqt davomida amalga oshirishni ta'minlaydigan kelishuvlarning boshqa ko'rinishlari ham qo'llanilmoqda. Ular aniq tovarlar savdosi haqida protokollar shaklida bo'lishi mumkin.

Tovar almashinuv haqida protokollar aniq belgilangan vaqt davomida o'zaro tovar almashinuvining tenglashtirish (balanslashgan darajasiga erishish) maqsadida, tomonlar orasidagi tovarlar oldi-sotdisi turlarini kengaytirishni nazarda tutgan holda tomonlarning kelishuvlari uchun xizmat qiladi.

Tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlar

Tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlar (commercial compensation transactions) etkazib berish (delivery) va bir-biriga qarama-qarshi tovarlarni etkazib berish (counterdelivery) uchun belgilangan vaqt davomida yoki bir oldi-sotdi shartnomasi asosida yoki unga taklif etilgan qarama-qarshi xaridlar va avans xaridlari haqidagi bitimlar asosida amalga oshiriladi. Bunda bitimlar ishtirokchilari o'rtasidagi moliyaviy hisobotlar xorij valyutasini o'tkazish yo'li bilan va o'zaro kliring pretenziyalar (clearing claims) ini boshqarish yo'li bilan amalga

oshiriladi. Amaliyotda ko'p kompensatsiya kelishuv bitimlarining asosiy omili xorij valyutasini o'tkazishdan qochishga intilish hisoblanadi. Buning uchun hisobning kliring shakli qo'llaniladi. Unga, asosan, eksport qiluvchi tomonidan tovar yuborilganidan so'ng uning to'lov talablari (claim for payment) import qiluvchi mamlakatidagi kliring hisobiga kiritiladi, keyin esa mo'ljallanayotgan qarama-qarshi etkazmalar vositasida qondiriladi. Xalqaro kompensatsiya bitimlarda foydalaniladigan oldi-sotdi shartnomalari xalqaro savdo bitimlari shartnomalaridan farq qilmaydi, modomiki, bunda ham eksport-import operatsiyalaridagi kabi hisob mexanizmidan foydalaniladi; bunda eksport qiluvchi o'z davlati tomonidan ta'minlangan eksport kreditlari va oldi-sotdi shartnomalari kafolatlarini olishi mumkin.

Tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlar qisqa va o'rta muddatli bo'lishi mumkin va uch ko'rinishga bo'linadi:

- qisqa muddatli kompensatsiya bitimlar;
- qarama-qarshi xaridlar;
- avans xaridlar;

Qisqa muddatli kompensatsiya bitimlar qisman kompensatsiyalangan, butunlay kompensatsiyalangan va uch tomonlama kompensatsiyalangan bitimlarga bo'linadi.

Qisman kompensatsiyalangan bitimlar eksportning aniqlangan va kelishilgan ulushi import mamlakatidagi tovarlar xaridi bilan kompensatsiyalanishi lozim, qoldig' esa naqd vositalar bilan to'lanadi.

Butunlay kompensatsiyalangan bitimlar eksport qiluvchi tovarining qiymati bo'yicha teng yoki oshirilgan kelishilgan kompensatsiya xaridlarni nazarda tutadi.

Uch tomonlama kompensatsiya bitimlar unda vositachi sifatida va uchinchi tomon sifatida ishtirok etishni nazarda tutadi. Qarama-qarshi etkazmalar bunday hollarda uchinchi bir mamlakatda amalga oshiriladi, eksport qiluvchiga esa tovar oluvchi haq to'laydi. Agar u kelishuvda ko'rib chiqilgan bo'lsa, konvertrlangan valyutada ham to'lashi mumkin. Uch tomonlama kompensatsiya bitimlarda muvofiq to'lov operatsiyalari, odatda, zarur faoliyat aloqalari va tajribalarga ega vositachilar yordamida o'tkazish uslubi bilan amalga oshiriladi. Ba'zan bunday operatsiyalar

hamkorlar o'rtasidagi ikki tomonlama to'lov kelishuvlari asosida amalga oshiriladi. Bunda kliring valyutasi amerika dollari hisoblanadi. Agar hamkor TMK dan tovar sotib olsa, u to'lovni tovar etkazib berish yo'li bilan TMKga muvofiq keluvchi uchinchi mamlakatdan mablag'larni o'tkazishni amalga oshiruvchi aniq vositachi yordamida to'laydi.

Bunday vositachi mablag'larni kliring valyutada olsa ham, to'lovni TMK foydasiga konverterlangan valyutada amalga oshiradi.

Bunday bitimlarning asosiy shartlari vositachining uchinchi mamlakatidagi o'z xaridi uchun kredit va kliring to'lovlarini qo'llash va kliring valyutani sotish imkoniyati hisoblanadi.

Qarama-qarshi xaridlar haqidagi kelishuvlar asosidagi bitimlar. Qarama-qarshi xaridlar deganda, bir necha aloqador shartnomalar ko'rinishida imzolanadigan tijorat bitimlari tushuniladi. Ularga muvofiq, eksport qiluvchi o'z shartnoma majburiyatlari doirasidagi etkazmalardan kelishilgan ulushi chegarasida import qiluvchidan tovar va xizmatlarni o'zlashtirishga kelishib oladi. Qarama-qarshi xarid bitimining uni qisqa muddatli kompensatsiya bitimlaridan farqlovchi asosiy xususiyati shundaki, bunday bitim har bir hamkorning olingan tovar uchun naqd haq to'lash majburiyatini tashkil etuvchi ikki yoki bir necha shartnomalarga asoslanadi.

Qisqasi, bu majburiyatlar quyuvchi xaridlarning har qanday bitimiga hamroh bo'luvchi bir-biriga bog'liq uch shartnomani o'z ichiga oladi:

a) eksport qiluvchi va import qiluvchi tomonidan imzolangan, eksport bitimlarining barcha shartlarini, jumladan, to'lov shartlarini ham o'z ichiga oluvchi oldi-sotdi shartnomasi;

b) baza yoki zontli shartnoma bo'lib, u oldi-sotdi shartnomasiga ilova hisoblanadi. Bunda eksport qiluvchi import qiluvchidan tovar va xizmatlarni (yoki ular tomonidan belgilangan tomondan) eksport qilinayotgan tovar qiymatiga qisman yoki butunlay ekvivalent bo'lgan summada sotib olishga majbur;

v) eksport qiluvchilar tomonidan baza shartnomasiga kirgan qarama-qarshi xaridlar majburiyatlarining bajarilishi bo'yicha imzolangan individual xarid shartnomalari.

qarama-qarshi xaridlar bo'yicha bitimlarning ikki turini ajratish mumkin: parallel bitimlar va jentelmenlik kelishuvlari.

- *Parallel bitimlar* ikkita alohida shartnoma imzolanishini nazarda tutadi: birinchisi – ilk eksportda, ikkinchisi – qarama-qarshi xaridlarda. Ba'zan bir bitim bo'yicha ikkita alohida shartnomalar baza shartnomasiga bog'liq bo'lishi mumkin. Bunda baza shartnomasi eksport qiluvchining import qiluvchi qarama-qarshi xaridini aniqlangan vaqt doirasida (2-5 yil) amalga oshirish majburiyatini tasdiqlaydi, xolos, lekin qarama-qarshi majburiyatlar bo'yicha sotib olingan tovarlar ro'yhati va miqdorini o'z ichiga olmaydi, faqatgina xaridlarning qiymati va muddatini qayd qiladi.

- *Jentelmenlik kelishuvlari* qonuniy kuchga ega bo'lgan qarama-qarshi xaridlar munosabatidagi eksport qiluvchi majburiyatlarini o'z ichiga olmaydi, modomiki, uning import qiluvchidan belgilanmagan miqdorda tovar xarid qilishga roziligi nazarda tutiladi. Bitimning bunday turi rivojlangan mamlakatlar firmalari orasidagi amaliyotda uchrab turadi. Ular, odatda, xarbiy texnika, samoletlar, atom stantsiyalari uchun uskunalar xaridi bo'yicha davlat dasturlari bilan bog'liq.

- *Moliyaviy majburiyatlarni uzatish bo'yicha bitimlar* eksport qiluvchilarga o'z majburiyatlarini qarama-qarshi xaridlar bo'yicha uchinchi tomonga, odatda, yirik savdo firmasiga uzatishni nazarda tutadi. Ular eksport qiluvchilarni qarama-qarshi xarid orqali tovar sotishdan, ozod qiladilar. Bunday bitimlar, shuningdek, ikki tomonlama kliring kelishuvlarga ega bo'lgan ikki mamlakat o'rtasidagi savdoning balanslashtirishilishi maqsadida ham qo'llaniladi.

Qarama-qarshi xaridlar haqidagi bitimlar tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlarning keng tarqalgan shakli bo'lib bormoqda, modomiki, bunday bitimlardagi alohida shartnomada dastlabki eksport bitimi va qarama-qarshi xarid bo'yicha har bir hamkorning majburiyatlari belgilab beriladi. Ular ikkala tomonga ham xarid qilish majburiyatlari o'rtasidagi etarli egiluvchanlikni yuzaga keltirish va kliring hisoblardagi to'lovlarni amalga oshirish imkonini beradi.

Muddatidan avvalgi avans xaridlar, “dastlabki kompensatsiya” “bog'langan dastlabki kompensatsiya ” yoki “YUNKTUM” deb nomlanadi. Bitimlarning bunday

turi o'zida paralel qarama-qarshi bitimlarni aylanma tartibda mujassamlashtiradi. Eksport qiluvchi import qiluvchi firmadan tovarlarni ular eksport qilayotgan tovarining ekvivalent xajmi natijasi bo'yicha sotib olish majburiyatiga almashtirish orqali o'zlashtirishga majbur. Kompensatsiya bitimlarning bu shakli 80-yillarning boshlaridayoq rivojlana boshlagan. Mavjud tajribaga muvofiq ravishda import qiluvchidan tovar sotib olishga rozi bo'lgan eksport qiluvchi eksport shartnomasi keyinroq imzolanishini ko'rib chiquvchi holatni tashkil qilgan xarid haqida, yoki bitimlar kelgusidagi kelishuvlar munosabatida "kompensatsiya kredit" sifatida ko'rib chiqilishi mumkinligi haqidagi shartnomani imzolaydi. Bitimlar bilan bog'liq shartlarda import qiluvchidan tovar xarid qiluvchi eksport qiluvchi-firma uning shartlariga, o'z xohishiga ko'ra, o'z mamlakatining har qanday eksport qiluvchiiga aloqador eksport etkazmalarini uzatish huquqini berish haqidaga ilovani kiritishi mumkin.

Bunday hollarda sotish huquqini berishda eksport qiluvchi vositachi sifatida ishtirok etib, bu huquqni qabul qilgan firmalardan komission mukofot oladi. Bunday bitimlar yirik ixtisoslashtirilgan savdo firmalari tomonidan amalga oshiriladi va "YUNKTUM" nomlanadi.

TMK savdo bozorini kengaytirishga yo'naltirilgan umumiy strategiya elementlaridan biri sifatida avans xaridlardan foydalanadilar. Boshqa tomondan TMK bog'liq bitimlar bo'yicha tovarlar xaridini olib borar ekan, import qiluvchidan uchinchi tomonga, savdo firmasi yoki oxirigi istemolchiga import tovarlarni uzatish huquqini olishi mumkin. Tovarlarni uzatish eksport qiluvchiga oxirgi iste'molchi yoki savdo kompaniyasi tomonidan to'lanadigan narxdan chegirmalar taklif qilishni nazarda tutadi. Bu chegirma "to'qnash savdo mukofotini" tashkil qiladi.

Xaridlarni amalga oshirar ekan, eksport qiluvchi ichki kliring tizimi orqali, import qiluvchiga tovarlarni etkazib berishni ta'minlovchi bank tomonidan berilgan kafolatli majburiyatlarni o'z zimmasiga olgan holda etkazib kelgan tovarlarni topshiradi. Modomiki, eksport qiluvchi bog'liq bitimlar bo'yicha tovarlarni o'zlashtirishi, keyin esa o'z hamkoridan qarama-qarshi eksport bo'yicha majburiyatlardan ozod bo'lish haqida rozilik olishi mumkin.

Qisqasi, avans yoki dastlabki xaridlardan qarama-qarshi xaridlar haqidagi bitimlarni imzolash mashinasozlik tarmoqlarida muvaffaqiyatli foydalaniladi.

Ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi kelishuvlar asosidagi kompensatsiya bitimlar

Ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi kompensatsiya bitimlar sanoat asbob-uskunalarini etkazib berish uchun to'lovlar sotib olingan uskunalar yordamida ishlab chiqilgan tovarlar orqali to'lanishini nazarda tutadi.

Bunday bitimlarni yirik masshtabli, uzoq muddatli, qaytarma xaridli kompensatsiya bitimlar; «mahsulot bo'limidagi bitimlar»; «rivojlanish-import» larga ajratish mumkin.

Yirik masshtabli, uzoq muddatli, qaytarma xaridli kompensatsiya bitimlar uzoq muddatli zayomlar, ishlab chiqarish majmuining kompleks uskunalari, sanoat uskunalari, texnologik uskunalarni taklif etadigan ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi bitimlar asosidagi etkazmalarni nazarda tutadi.

Kompensatsiya bitimlarga asoslangan loyihalar, odatda, yirik masshtabliligi, mustaqil, shartnomaviy va murakkab moliyaviy, to'lov va tashkiliy mexanizm qo'llanilishi bilan ajralib turadi.

Yirik masshtabli, uzoq muddatli kompensatsion kelishuvlarni ularning xajmi va darajasidan qat'iy nazar ikki turga ajratish mumkin:

a) kompensatsiya xaridlar bo'yicha majburiyatlar qo'yilgan uskuna qiymatidan yuqori bo'lgan kelishuvlar;

b) kompensatsiya xaridlar bo'yicha majburiyatlar qo'yilgan uskuna qiymatiga teng yoki past bo'lgan kelishuvlar.

Kompensatsiya xaridlar bo'yicha majburiyatlar qo'yilgan uskuna qiymatidan yuqori bo'lgan kelishuvlar quyidagi xarakterli xususiyatlarga ega:

- kamida uch guruh o'zaro bog'langan shartnomalarni imzolashi: uskunani etkazib berish va ularga bog'liq texnik xizmatlarni taklif etish; uzoq muddatli shartnomalar asosida oxirigi mahsulotni etkazib berish; uskunalar va texnologiya

etkazmalarini moliyalashtirish uchun zayomlar taklif etiladigan bank kelishuvlari (yoki bir qancha kelishuv);

- davlatlararo kreditlashtirish doirasida xukumat kreditlarini, shuningdek, tijorat bank kreditlarini taqdim etish.

Qisqasi, moliyalashtirish sof tijorat kreditlari yoki davlat va tijorat kreditlarining qo'shilishi asosida amalga oshiriladi va to'lov muddati 6-8 yil, gaz bo'yicha esa 25 yilni tashkil etadi. Ko'p hollarda moliyalashtirish bank konsortsiumni yaratish yoki muvofiq kelishuvlarni imzolash yo'li bilan amalga oshiriladi. Odatda, zayomlar va kreditlar uskuna qiymatining 85% igacha qoplaydi. Bir qator holatlarda esa loyiha qiymatining 100% ini qoplashga erishishi mumkin.

Kompensatsiya xaridlar bo'yicha majburiyatlar tovar xarakteridan qat'iy nazar, uzoq muddat – 20 – 25 yilni qamrab oladi;

Qarama-qarshi tovarlarga narxlar jahon bozori narxi bazasida belgilanadi. Bundan tashqari, ular doimiy ravishda tekshirilib turiladi (bir yilda bir marta yoki har chorakda). Jahon narxi belgilanmagan taqdirda (masalan, gazda) muvofiq bozordagi savdo amaliyotini aks ettiruvchi o'zaro kelishilgan formula asosida belgilanadi. Masalan, tabiiy gazni RFsidan Avstriya, Italiya, Germaniya, Frantsiya, Shveytsariyaga etkazib berishda narxlar uch asosiy elementni o'z ichiga oluvchi formula yordamida aniqlanadi:

a) shartnoma imzolangan paytda gaz narxini aniqlovchi franko-chegara narx bazasi;

b) eskalatsiya formulasi narxlarning davriy korrektirovkasi uchun asos bo'lib xazmat qiladigan narx indeksini aniqlash uchun ishlatiladi va undan gaz bilan raqobatlasha oladigan mahsulot, masalan, neftning bahosi va og'irligini tanlash uchun foydalaniladi;

v) baho bazasi va ekskalatsiya formulasiga bog'liq bo'lmagan holda o'z kuchida qoladigan kafolatli minimal narx.

Energetika tarmog'idagi kompensatsiya kelishuvlar o'zaro bog'liq, lekin yuridik jihatdan mustaqil bo'lgan qator kelishuvlarga asoslanadi. Uskuna etkazib

berish va qarama-qarshi mahsulotlar o'rtasidagi aloqa bazali bank kelishuvlari (yoki protokol)da belgilanadi.

Kompensatsiya kelishuvlarda uskuna import qiluvchi eksport qiluvchiga to'lovni bevosita oxirigi mahsulotni etkazib berish orqali to'laydi.

Uskunani etkazib bergandan keyin eksport qiluvchi bank kafolatini oladi. Unga ko'ra, agar import qiluvchi shartlashilgan uskunani qo'ya olmagan holatida bank eksport qiluvchiga xorij valyutasida to'lash majburiyatini oladi.

Kompensatsiya xaridlar bo'yicha majburiyatlar qo'yilgan uskuna qiymatiga teng yoki past bo'lgan kelishuvlar. Ular sanoat tarmog'idan qat'iy nazar, maxsus xususiyatlarga ega.

Kon sanoati, o'rmon, qora va rangli metallurgiya, ximiya sanoati tarmoqlarida kompensatsiya kelishuvlarning quyidagi xususiyatlarini ajratish mumkin:

- kreditlarning katta qismi kompleks korxonalar uchun uskunalar xarid qilishga, texnik xizmat ko'rsatish va infratuzilma ob'ektlarni qurish uchun taqdim etiladi.

Ishlab chiqarish komplekslarini etkazib berishda quyidagi moliyalashtirish shartlari xarakterlidir:

- a) 15-20 % dastlabki to'lovlar uchun, jumladan, 5%i shartnoma imzolashga, 5% uskuna keltirishga, 5% montajning tugallanishi bo'yicha va korxonani ekspluatatsiyaga chiqarish uchun. Qolgan 80-85% i 5-10 yil ichida to'lanadi, modomiki, dastlabki to'lov tayyor korxonani qabul qilib olingandan 6 oy keyin amalga oshiriladi.

- b) qarama-qarshi etkazmalar oxirigi va o'rtadagi tayyor va yarim tayyor mahsulotlar bo'lishi mumkin. Bu shart ximiya sanoati korxonalariga tegishli bitimlarda ko'p uchraydi;

- v) texnologik jarayonning yuqori bosqichida olingan mahsulotga narxlar odatda, qisobning murakkab formulasidan foydalanilgan holda belgilanadi. Sanoat tarmog'idan qat'iy nazar, mahsulot ko'rinishlari mahalliy raqobatdosh firmalar tomonidan belgilangan narx bazasida hisoblanadi.

Kompleks uskunani etkazib beruvchi sifatida TMK maydonga chiqqan holatlarda qarama-qarshi etkazmalar bo'yicha majburiyatlar umumiy global kelishuvlar sirasiga kiradi. Bu kelishuvlarda oldi-sotdi bo'yicha operatsiyalar hajmi 5-10 yil va undan ortiq qilib belgilanadi.

Qayta ishlash sanoati tarmog'larida yirik masshtabli uzoq muddatli kompensatsiya kelishuvlarning quyidagi xususiyatlarini ajratish mumkin:

- qisman kompensatsiyani ko'rib chiquvchi kelishuvlar ustuvor ahamiyatga ega bo'lib, etkazib beruvchi firmaning kompensatsiya ko'rinishida oladigan mahsulotdan foydalanish yoki uni sotishda yuzaga keladigan murakkabliklari bilan shartlashadi;

- ko'pgina kelishuvlarda oxirigi tayyor mahsulot o'rniga o'rtadagi yarim tayyor mahsulotlarni yoki ularning qo'shilgan holati ko'rib chiqiladi.

Ishlab chiqarishni kooperativlashtirish haqidagi kelishuvlar doirasida qarama-qarshi etkazmalar komplekslashgan mahsulotlar, uzellar, detallarni etkazib berishni nazarda tutadi. Ular odatda, eksport qiluvchilarga berilgan texnologiyalar asosida tayyorlanadi. Ba'zan ishlab chiqarish kooperativlashtirilishi oxirigi mahsulotni ishlab chiqarishda eksport qiluvchi ishtiroki bilan amalga oshiriladi va uning qarama-qarshi xaridi xajmida aniqlanadi.

«Mahsulot bo'limi» haqidagi kelishuvlar. Kompensatsiya bitimlarning ikkinchi toifasiga tegishli bo'lib, ishlab chiqarish hamkorligi doirasida amalga oshiriladi. Yirik masshtabli uzoq muddatli kompensatsiya bitimlardan farqli ravishda bu bitimlar ko'pincha «pod klyuch» («pod klyuch»-qurib, tayyor qilib topshiriladigan) sanoat ob'ektlari qurilishi haqidagi kelishuvlar asosida amalga oshiriladi. Bu bitimlar korxona qurilgandan so'ng ishlab chiqarilgan mahsulotlarni oldindan belgilangan tartibda to'lashni nazarda tutadi.

Bu ulush odatda, 20 dan 40 %gacha miqdorni tashkil qiladi.

«Mahsulot bo'limi» haqidagi bitimlar korxonalaridagi xom ashyoni qarama-qarshi etkazishda keng tarqalgan bitimlar shakli hisoblanadi. Bitimlarning bunday turi, asosan, bir tomondan, davlat organlari, rivojlanayotgan mamlakatlar tashkilotlari, ikkinchi tomondan, xorij firmalari yoki firma uyushmalari o'rtasida imzolanadi.

Bunday bitimlar xorij firmalarining razvetka qilish va qazib olishga, tog'-shaxta uskunalarini o'rnatishga, injener qurilish xizmatlarini taqdim etishga ketgan xarajatlarini to'lash, qazilgan mahsulotning dastlabki ko'rinishda yoki qayta ishlangan holda ulushi bor mamlakatga etkazib berish yo'li bilan amalga oshiriladi. Bunday mahsulotlarni olish bunday turdagi kelishuvlarning asosiy maqsadi hisoblanadi. Xorijiy firma – razvetka va tabiiy resurslarni ishlab chiqish, texnologiya va uskunalar etkazib berish uchun, katta xarajat va risk qiladi. U ko'pincha, kompensatsiya tartibida olinadigan tovar etkazib berish shartnomalarini uzoq muddatga aniq resurslarni o'zlashtirishda hamkorlik uchun belgilangan davrga mo'ljallab imzolashga intiladi.

Amaliyotda tabiiy resurslarni ishlab chiqishdagi hamkorliklar to'g'risidagi bitimlar tez-tez uchrab turadi. «Mahsulot bo'limi» haqidagi bitimlarda qarama-qarshi qo'yilgan tovarlarning hajmi va mahsulotlar narxini aniqlash hamda o'zgartirish usullari batafsil yoritilgan. Bunday kelishuvlarda narxlar, odatda, jahon bazasida, ma'lum chegirmalar bilan belgilanadi. Bundan tashqari, kelishuvlarda, odatda narxlarni qayta ko'rib chiqish tartibi haqida izoq beriladi, modomiki, to'qnashgan mahsulotlarga narxlar quyidagilarga bog'liq tarzda belgilanadi: bu erda gap ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi shartnomalar muddati tugagunga qadar resurslarni ishlab chiqish natijasida olingan tovarlarni etkazib berish haqidami yoki shunday shartnomaning xarakati muddati tugashi bo'yicha tovarlarni etkazib berish haqidami.

«Rivojlanish-import» bitimlari. Kompensatsiya bitimlarning bu uchinchi toifasi ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi kelishuvlarga asoslanadi. Bu erda gap korxonalar qurilish doirasida asosan, sanoatning qayta ishlash tarmoqlaridagi hamkorliklar haqida yoki bunday korxonalar uchun uzoq muddatli kreditlashtirish asosida komplekt uskuna etkazib berish haqida ketyapti. «Rivojlanish-import» (boshqacha qilib aytganda, import uchun rivojlanish loyihalari) bitimlarini amalga oshirish korxonalaridagi foydalanishga topshirilgan korxona mahsulotlarini qarama-qarshi etkazib berish yo'li bilan xorijiy firma – vositachiga qurilish xizmatlari va zarur kreditlar orqali taqdim etilgan uskunalar majmuiga ketgan xarajatlarni qoplashi mumkin ekanligini nazarda tutadi.

Bitimlarning bu turini keng tartibda amalga oshiruvchi rivojlanayotgan mamlakatlar qarama-qarshi xaridlarda o'zlarining an'anaviy eksportini tiqishtiradilar. Bunday hollarda, odatda, ikkitomonlama xukumatlararo kelishuvlar imzolanadiki, unda «rivojlanish-import» kelishuvi doirasida qo'yiladigan mahsulotlar narxi va hajmi belgilanadi.

80-yillarning xalqaro tajribasida import komplekt uskuna bazasida korxona qurish eksport qiluvchi uchun majburiy xarakterga ega qarama-qarshi tovarlar etkazib berish bilan bog'lanib ketgan. U bu mahsulotni uskunalar o'rnatish va import qiluvchiga taqdim etilgan kreditlarni to'lash uchungina korxonadan sotib olishgan majbur. Bunday mahsulotga muhtojlik sezmasada, eksport qiluvchi uning realizatsiyasi bilan yoki o'zi shug'ullanishi kerak, yoki savdo vositachilari orqali uchinchi mamlakatga sotib yuborishi mumkin. Masalan, yapon firmalari, yaqin Sharq mamlakatlarida neft-kimyo kombinatlarini qurar ekanlar, chiqarilgan mahsulotning yarmini kompensatsiya qo'yilmalar shaklida o'z shaxsiy savdo tarmoqlari orqali jahon bozorida davomli sotish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Importlashgan komplekt korxonalar qatoriga kirish ko'pincha shunga olib keladiki, chiqarilayotgan mahsulot jahon bozoriga chiqariladi va u erda uskuna etkazib beruvchining mahsulotiga raqobatdosh bo'lib qoladi. Masalan, yapon firmalari dastlab Janubiy–Sharqiy Osiyo mamlakatlaridagi ko'pgina tekstil korxonalari uchun komplekt uskunalarini qo'ygan edilar. Endi esa, ular arzonroq narxda xuddi shunga o'xshash tovar chiqarib, qarama-qarshi tovarlar ko'rinishida sotmoqdalar.

Xuddi shunga o'xshash holat qora metallar bozorida ham kuzatilmoqda. Qora metallar bo'yicha yapon eksport qiluvchi firmalarining jiddiy raqobatchilari Janubiy Koreya firmalari bo'lib qoldi. Ular o'z vaqtida yapon metallurigiya uskunalarining birinchi va asosiy xaridorlari edilar. Yaponiyaning qora metallar bo'yicha jahon bozoridagi jiddiy raqobatchilari, shuningdek, Braziliya, Hindiston va Meksika mamlakatlari hisoblanadilar. Ular ham xuddi Janubiy Koreya kabi Yaponiyadan metallurgiya zavodlari uchun uskunalarining katta miqdorini sotib olgan edilar.

Qarama-qarshi xaridlar majburiy tus olayotgan zamonaviy sharoitlarda qarama-qarshi xarid haqidagi shartnomaga uchinchi tomon eksport qiluvchiiga yon bosish haqidagi shartni kiritish odatiy hol bo'lib qoldi. Bunday yon bosish **sessiya** deb nomlanadi, qarama-qarshi xarid bo'yicha majburiyatlarni o'z zimmasiga oluvchi uchinchi tomon esa **sessionariy**, deb ataladi. Eksport qiluvchi o'z majburiyatlaridan qisman yoki butunlay voz kechishi mumkin va sessioneriyini o'zi tanlashi mumkin. Eksport qiluvchi sessioneriy bilan sessiya haqidagi shartnomani imzolashi mumkin.

Tsessionariy majburiyatlarning voz kechilgan qismi hamda qarama-qarshi xarid haqidagi bitimlar bilan aloqada bo'lish majburiyatini o'z zimmasiga oladi.

Qisqacha qilib aytganda, o'z shaxsiy mahsulotlarini sotishdan manfaatdor eksport qiluvchilar o'zlari muhtoj bo'lmagan, faqatgina ichki bozorda ularning keyingi sotilishini ko'zlab, yoki savdo vositachi firmalarga sotishni mo'ljallab tovarlarni qarama-qarshi xaridi bo'yicha majburiyatlarni qabul qiladilar. Bu eksport qiluvchilarning tovarlarning qarama-qarshi xaridlar bo'yicha majburiyatlarning bir qismini ularning ro'yxati va xajmini hisobga olmagan holda o'z zimmalarga oladilar.

Xalqaro qarama-qarshi savdo doirasining kengayishi va tovar oqimlari davomiyligi xalqaro qarama-qarshi operatsiyalarni amalga oshirishga ixtisoslashgan yirik savdo firmalarining yuzaga kelishiga olib keldi.

Bunday firmalarda ular tomonidan tashkil etilgan maxsus kompyuterlashtirilgan banklar tufayli qarama-qarshi bitimlar bo'yicha aylanmalar katta xajmga ega bo'lmoqda. Bu banklarda qarama-qarshi majburiyatlar bo'yicha qo'yilgan tovarlarning mavjudligi, ularning narxlari, turli mamlakatlardagi turli savdogarlardan yoki sanoat firmalaridan aniq tovarlarga ehtiyojlar haqidagi axborotlarni olish mumkin. Shaxsiy va xalqaro banklar kompyuter tizimini qo'llash natijasida xalqaro qarama-qarshi savdoning qayta ishlangan va samarali faoliyat yurituvchi mexanizmi yuzaga keldi.

Bu mexanizmda rivojlanayotgan mamlakatlardagi qarama-qarshi savdoni tartibga soluvchi turli tashkiliy-huquqiy va siyosiy-savdo sharoitlari asosiy rol o'ynaydi.

1988 yilda chiqarilgan YUNKTAD ning «Qarama-qarshi savdo: Afrika va Lotin Amerikasi ayrim mamlakatlari siyosati va amaliyoti» nomli ma’ruzasida ko’rsatilganidek, rivojlanayotgan mamlakatlar qarama-qarshi savdoni «Hududiy hamkorlik va iqtisodiy rivojlanishni ikki tomonlama va ko’p tomonlama qo’llab-quvvatlash mexanizmi» sifatida ko’rib chiqadilar.

Xalqaro qarama-qarshi savdoning rivojlanishiga rivojlangan mamlakatlardagi davlat tashkilotlari, tadbirkorlik uyushmalari, ixtisoslashtirilgan tadqiqot va maslahat firmalari tomonidan ko’rsatilgan yordamning ahamiyati juda katta.

Xalqaro qarama-qarshi savdoga ta’sir ko’rsatuvchi omillar tahlili xalqaro tovar almashinuvi bunday shaklining ijobiy siljishlari va uning kelajakda rivojlanishi va kuchaytirilishi haqida gapirish uchun asos bo’la oladi.

Qisqa xulosalar

80-yillarda xalqaro tijorat operatsiyalarini amalga oshirish texnikasida printsiptial xarakterdagi yangi jarayonlar yuz berdi va hozirda u kuchayib bormoqda.

Xalqaro to’qnash operatsiyalarning keng tarqalishi uning xarakteri, va mazmuniga berilgan tavsifda jamlangan bo’lib, unga tegishli bo’lgan xususiyatni aks ettiradi. Xalqaro to’qnashgan bitimlarning asosiy xususiyatlaridan biri, ular qanday shakl qabul qilishlaridan qat’iy nazar, eksportning tovarlarni import qilayotgan firma yoki mamlakat importyorining sotib olishdagi to’qnashuvi hisoblanadi, yoki aksincha. Bunday kompensatsiyada birlashadigan xalqaro bitimlar turli shakllarda bo’ladi, ular texnologiyalari, maqsadi va xarakteri bilan farqlanadilar.

BMT ekspertlari xalqaro to’qnashgan bitimlarning uch asosiy ko’rinishini ajratadilar: barter bitimlari (barter transactions), savdo kompensatsiya bitimlar (commercial compensation) va sanoat kompensatsiya bitimlar (industrial compensation).

Valyutasiz asosdagi tovar almashinuv va kompensatsiya bitimlar (product exchange agreements) tovar shaklidagi o’tkazmalar to’lovini nazarda tutadi. Agar bir va bir necha xil tovarlar bir vaqtda boshqa tovarlar xaridi bilan bog’lanib ketsa, hisoblar ham xorij valyutasida hisoblanmaydi.

Tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlar (commercial compensation transactions) etkazib berish (delivery) va bir-biriga qarama-qarshi tovarlarni etkazib berish (counterdelivery) beligilangan vaqt davomida yoki bir oldi-sotdi shartnomasi asosida yoki unga taklif etilgan qarama-qarshi xaridlar va avans xaridlari haqidagi bitimlar asosida amalga oshiriladi.

Ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi kompensatsiya bitimlar sanoat asbob-uskunalarini etkazib berish uchun to'lovlar sotib olingan uskunalar yordamida ishlab chiqilgan qarama-qarshi etkazib beriladigan tovarlar orqali to'lanishini nazarda tutadi.

Xalqaro qarama-qarshi savdoning rivojlanishida rivojlangan mamlakatlardagi davlat tashkilotlari, tadbirkorlik uyushmalari, ixtisoslashtirilgan tadqiqot va maslahat firmalari tomonidan ko'rsatilgan yordamning ahamiyati juda katta.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Xalqaro to'qnash (uchrashgan) savdo tushunchasining mazmunini tushuntiring.
2. Xalqaro uchrashgan (to'qnashgan) savdo xususiyatlari nimadan iborat?
3. Xalqaro to'qnashgan bitimlarning ko'rinishlari qanday?
4. Valyutasiz asosdagi tovar almashinuv qanday amalga oshiriladi?
5. Kompensatsiya bitimlarning xususiyatlari nimadan iborat?
6. Tijorat asosidagi kompensatsiya bitimlarning xususiyatlari nimadan iborat?
7. Qisqa muddatli kompensatsiya bitimlarning xususiyatlari nimadan iborat?
8. Ishlab chiqarish hamkorligi haqidagi kelishuvlar asosidagi kompensatsiya bitimlarning xususiyatlari nimadan iborat?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
2. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
3. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.

4. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
– 512 с.
5. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.-
2008. - 480 с.

8 - BOB. JAHON BOZORIDA TIJORAT FAOLIYATINING SAVDO VOSITACHILIK YO'LI BILAN AMALGA OSHIRILISHI

8.1. Savdo vositachilik operatsiyalari tushunchasi va uning ko'rinishlari

Savdo-vositachilik operatsiyalari tushunchasi ostida tovarlar oldi-sotdisi bilan bog'liq operatsiyalar tushuniladi. Ular eksport qiluvchi uchun ishlab chiqaruvchi topshirig'i bo'yicha uning savdo vositachilariga bog'liq bo'lmagan holda ular orasida imzolangan kelishuvlar va alohida topshiriqlar asosida bajariladi. Savdo vositachilik operatsiyalari iqtisodiy jihatdan juda keng tushuncha. U xizmatlarning ahamiyatli katta qismini, xususan, xorijiy kontragentlarni izlab topish, bitimlarni tayyorlash va amalga oshirish, tomonlarni kreditlashtirish, xaridorlarga tovar to'lovi kafolatlarini berish va transportirovkada transport-ekspeditorlik operatsiyalarini hamda tovarlarni sug'urtalashni amalga oshirish, bojxona rasmiyatchiligini bajarish, xorijiy bozorlarda tovarlar xarakati bo'yicha reklama va boshqa chora-tadbirlarni o'tkazish, texnik xizmat ko'rsatishni o'z ichiga oladi.

Savdo-vositachilik firmalariga yuridik va xo'jalik munosabatlaridagi firmalar kiradi (savdo, eksport va boshqa firma bo'linmalari va sanoat kompaniyalari firmalarning bu toifasiga kirmaydi). Savdo-vositachilik firmalari, yoki eksport qiluvchidan tovar xarid qilish narxlari bilan bu tovarlarning xaridorlarga sotiladigan narxlari o'rtasidagi farq natijasida, yoki tovarlarning tashqi bozorda xarakatlanishi bo'yicha taklif etilgan xizmatlarga mukofot ko'rinishida olingan daromadni jalb qilish maqsadida faoliyat yuritadi. Savdo-vositachilik firmalari asosan tijorat faoliyati bilan shug'ullanadilar. Modomiki, ulardan eng yiriklari ba'zan ishlab chiqarish operatsiyalarini - yuklarni transportirovka qilish, sug'urtalash kabilarni ham bajaradilar. Savdo-vositachilik firmalari qoidaga muvofiq, o'z moddiy-texnik bazasi – omborlar, namoyish zallari, chakana savdo tarmoqlariga ega. Rivojlanayotgan mamlakatlar savdo vositachilari rolini tovar xaridlari va eksportlari bo'yicha

operatsiyalarni amalga oshiruvchi davlat tashkilotlari va savdo kompaniyalari bajaradilar.

Zamonaviy sharoitlarda savdo–vositachilari tomonidan bajariladigan vazifalar sezilarli ravishda kengaydi. Ular asosan, savdo vositachilik zvenolari tuzilmasining o'zgarishi bilan bog'liq. Xizmat ko'rsatishning turli ko'rinishlari kengaydi, ular jumlasiga quyidagi kompleks operatsiyalar kiradi:

- oldi-sotdini tashkil etish bo'yicha operatsiyalar – kontragentlarni izlash, sotuvchi nomidan bitimlarni imzolash, xaridorlarga tovar to'lovi kafolatlarini taklif etish, reklama kompaniyalari va bozor tadqiqotlarini yuritish;

- transport-ekspeditorlik operatsiyalari;

- yuklarni sug'urtalash va transportirovka qilish bo'yicha operatsiyalar;

- moliyaviy-savdo operatsiyalari;

- texnik xizmat, oldi-sotdidan keyingi texnik xizmat ko'rsatish;

- bozor haqida axborotlarni yig'ish va taqdim etish.

Savdo-vositachilik firmalarining vazifalarini kengaytirish ularni ishlab chiqarish doirasiga joriy qilish, shu'ba korxonalar tashkil qilish, jumladan xorijda ham, mahsulotni yig'ish va qayta ishlash bo'yicha faoliyat yuritish, ular shug'ullanayotgan oldi-sotdi yo'li bilan amalga oshiriladi.

Savdo-vositachilik firmalari faoliyatining asosiy doirasidan biri yirik qurilish loyihalarini amalga oshirish uchun xalqaro konsortsiumlarda ishtirok etish hisoblanadi. Savdo vositachilari – konsortsiyum ishtirokchilariga bunday korxonalar uchun oldi-sotdi operatsiyalarini amalga oshirish imkoniyati taklif etadi.

Savdo-vositachilik zvenolarining sifatli rivojlanishi (siljishi) savdo-vositachilik operatsiyalarining butun kompleks tarzda amalga oshiruvchi yirik savdo kompaniyalarining aksar qismini yig'ish bilan xarakterlanadi. Ular quyidagilar:

- o'z hisobiga oldi-sotdi;

- moliyaviy operatsiyalar (bank bilan bog'liq moliyaviy kompaniyalarda mavjud);

- sug'urtalash (o'z sug'urta kompaniyasiga ega);

- transportirovka (o'z flotiga ega);

- texnik xizmat ko'rsatish (omborlarning zahira qismlariga ega);
- ishlab chiqarish va qayta ishlash (qayta ishlash bo'yichagina emas, boshqa tarmoqlarda ham korxonalarga ega);
- xorijiy operatsiyalar (xorijda bo'linmalarga ega);
- aniq tovarlarni sotishni mo'ljallaydigan tobe dilerlik firmalari.

Savdo-vositachilari ulushiga xalqaro tovar aylanmasida ishtirok etuvchi tovarlarning yarmidan tortib uchdan ikkisigacha to'g'ri keladi. Savdo-vositachilari AQSh, Angliya, Niderlandiya, Skandinaviya mamlakatlari, Yaponiya tashqi savdosida keng qo'llaniladi. Shvetsiya va Angliyada ular orqali tashqi savdo aylanmasining 50% ga yaqini amalga oshiriladi.

Xalqaro savdo amaliyotida savdo-vositachilaridan foydalanish xorij firmalari uchun ma'lum afzalliklarni yaratadi.

Savdo-vositachilaridan foydalanishning asosiy afzalligi eksport qiluvchi firma import qiluvchi mamlakatlar hududida savdo tarmog'i tashkil qilish uchun mablag' sarflamaydi. Modomiki, savdo-vositachilik firmalari odatda, o'z moddiy texnik bazasiga (omborxonalar, namoyish zallari, ta'mirlash ustaxonalari), ba'zan esa o'z chakana magazinlariga ega bo'ladilar.

Savdo-vositachilik firmalarining boshqa afzalligi – eksport qiluvchining tovar sotish bilan bog'liq boshqa ko'pgina tashvishlardan ozod qilinishidir (import qiluvchi mamlakatiga keltirish, saralash va qadoqlash, turlar bo'yicha ajratish, mahalliy bozor talablariga moslashish).

Afzalliklardan yana biri qisqa muddatli va o'rta muddatli kreditlashtirish asosida bitimlarni moliyalashtirish uchun savdo-vositachilik firmalari kapitalidan foydalanish hisoblanadi. Bu erda savdo-vositachilik firmalarining banklar, transport-ekspeditorlik va sug'urta kompaniyalari bilan o'zaro barqaror munosabatlari katta ahamiyatga ega.

Nihoyat, ayrim tovar bozorlari butunlay savdo-vositachilari tomonidan monopollashtirilgan (masalan, Angliyadagi brokerlar) va iste'molchilar bilan to'g'ri shartnomalar o'rnatish uchun noqulay. Bunday hollarda savdo-vositachilik guruxlaridan foydalanish zarurati tug'iladi.

Savdo-vositachilik firmalari orqali savdo bir qancha kamchiliklarga ham ega. Bunda eksport qiluvchi savdo bozori bilan bevosita aloqadan mahrum bo'ladi va butunlay savdo-vositachilari faolligi va vijdonliligiga bog'lanib qoladi. Shuning uchun ularni tanlashga firma juda jiddiy yondashadi.

Savdo-vositachilari bajargan vazifalarga ko'ra, eksport qiluvchi ishlab chiqaruvchi va savdo-vositachilari o'rtasidagi munosabatlarning xarakteriga ko'ra, savdo-vositachilik operatsiyalarining bir qancha ko'rinishlarini ajratish mumkin: qayta sotish bo'yicha operatsiyalar, komission, agentlik va brokerlik operatsiyalari.

Qayta sotish bo'yicha operatsiyalar

Bunday operatsiyalar savdo vositachilarining o'zi nomidan va o'z hisobidan amalga oshiriladi. Bu degani, savdo vositachisi shartnomadagi, eksport qiluvchi va eng so'nggi xaridor bilan bir tomon bo'lib faoliyat yuritadi va tovar to'lovidan keyin uning mulkdoriga aylanadi.

Qayta sotish bo'yicha operatsiyalarning ikki turi farqlanadi.

Birinchi turiga savdo vositachisi eksport qiluvchiga munosabatda tovarga oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha egalik qiluvchi xaridor sifatida maydonga chiqadi. U tovarning mulkdori bo'lib qoladi va uni o'z xohishi bo'yicha har qanday bozorda va xohlagan narxida sotishi mumkin. Eksport qiluvchi va bunday savdo vositachisi o'rtasidagi munosabat tomonlar oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha o'z majburiyatlarini bajarib bo'lganlaridan so'ng o'z-o'zidan to'xtaydi.

Bunday turdagi vositachilarga qo'llaniladigan atamalar turli xil. Ularni Angliya va AQShda (merchand)savdogarlar, Germangiyada Handler, Shvetsiyada handlande, deb nomlashadi. Angliya qora metallar bozorida bunday vositachilarni stokxolderlar, deb atashadi. Nyu-York birjalarida o'z hisobidan shakar sotuvchi savdogarlarni operatorlar, London birjasida kakao sotuvchilarini dilerlar, qora metall sotuvchilarini esa printsiipiallar, deb nomlashadi.

Ikkinchi ko'rinishdagi vositachilarga taalluqli operatsiyalarda eksport qiluvchi shartnoma bo'yicha nom olgan savdo vositachisiga o'z tovarlarini ma'lum bir hududda kelishilgan muddatda sotish huquqini taklif etish haqidagi shartnoma asosida sotish huquqini beradi. Bu shartnoma tovarlarni ma'lum hududda sotish

bo'yicha tomonlarning o'zaro munosabatini tartibga soluvchi umumiy shartlarni belgilab beradi. Uning bajarilishi uchun tomonlar taklif etilayotgan tovarning sifati va miqdori, narxi, etkazib berish shartlari, to'lov usuli va hisob shakli, to'lov muddati, sifatni kafolatlash shartlari, reklamani taqdim etish tartibi ko'rsatib berilgan mustaqil oldi-sotdi shartnomasini imzolaydilar.

Savdogarlar o'rtasidagi shartnoma bo'yicha oldi-sotdi bitimlari xaridorlar tomonidan ham shartnoma bo'yicha eksport qiluvchi va savdogar o'rtasida sotish huquqini taklif etish haqidagi shartnoma shartlariga muvofiq imzolanadi.

Shartnoma bo'yicha savdogarlar turli mamlakatlarda turlicha nomlanadi. Masalan, AQSh va Angliyada ularni distribyutor, Germaniyada shartnoma bo'yicha savdogar yoki o'z hisobidan savdo qiluvchi, Belgiya va Gretsiyada kontsessioner deb atashadi.

Shartnoma bo'yicha sotuvchi vositachiligi eksport qiluvchidan ma'lum hududdagi oxirigi xaridorgacha tovarlarning xarakatlanishiga ko'rsatgan yordamidan tashkil topgan. Ba'zi zaruratlarda u sotilgan tovarlarga texnik xizmat ko'rsatish, xaridorlarni zahira qismlar bilan ta'minlash ishlarini ham o'z ichiga oladi. Bunda savdogar eksport qiluvchi manfaatlarini kuzatishi va oldi-sotdida belgilab berilgan shartnoma shartlariga amal qilishi lozim.

Ishlab chiqaruvchi mamlakatdagi savdogarning shartnoma bo'yicha majburiyatlariga xorij xaridorlaridan buyurtmalar olish va ularni o'z nomi va o'z hisobidan ishlab chiqaruvchiga etkazish kiradi. Agar u maxsus kelishuv asosida ko'rib chiqilgan bo'lsa, savdogarning import qiluvchi mamlakatidagi shartnoma bo'yicha majburiyatlariga omborxonalar tashkil qilish, tovarlarni omborxonadan oxirigi iste'molchiga etkazish, shuningdek, omborxonalarda tovarlarni namoyish qilish va reklamani amalga oshirish ham kiradi.

Savdogar shartnoma bo'yicha bu operatsiyalarda eksport qiluvchi bilan savdoni tashkil etishda doimiy zveno sifatida ishtirok etadi. Shuning uchun ham u eksport qiluvchining qiziqishlarini doimiy ravishda kuzatib borishi va sotish huquqini taklif etish haqidagi shartnomaga muvofiq, vakolat doirasida xarakat qilishi lozim.

Komission operatsiyalar

Bunday operatsiyalar komissioner, deb ataluvchi tomondan komitent deb ataluvchi ikkinchi tomon topshirig'i bo'yicha amalga oshiriladi. Bu bitim birinchi tomon nomidan, lekin ikkinchi tomon hisobidan bajariladi.

Komitent va komissioner o'rtasidagi o'zaro munosabat *komissiya shartnomasi* (komission shartnomasi) orqali tartibga solinadi. Unga muvofiq holda komissioner komponentdan tovar sotib olmaydi, faqatgina komitent hisobiga tovarlar oldi-sotdisi bo'yicha bitimlarni amalga oshiradi, xolos. Bu degani, komitent tovarni oxirigi iste'molchiga etkazish davomida shu tovar egasi bo'lib qoladi.

Shu bilan bir qatorda ta'kidlash kerakki, komissionerlar orqali tovarlarni sotish tovarlarning egasi bo'la olmaydigan komissioner boshchiligida komitent tovarlarini uzatish bilan juda kam hollarda bog'lanadi. Komitent tomonidan komissionerga sotish uchun yuborilgan tovarlar komissioner ixtiyorida bo'lsa ham, uni komitent mulki sifatida qabul qilish lozim. Favqulotda yo'qotish va zarar ko'rish hollarida tomonlarning boshqa shartnomalari bo'lmasligi sharoitida risk komitent foydasida qoladi. Modomiki, komissioner ham unga ishonilgan tovarlarning saqlanishini ta'minlash uchun zarur choralarni qabul qilishga majbur va o'z aybi bilan tovarlarga etkazilgan zarar va yo'qotishlar uchun javobgar.

Komissioner xaridorlar bilan o'z nomidan oldi-sotdi shartnomasini imzolaydi va tovarlar uchun to'lovlarni o'zi qabul qilib oladi. Shu tarzda komissioner faqatgina komitent nuqtai nazaridangina vositachi hisoblanadi. Komissioner komitent topshirig'i bilan bitimlarni imzolaydigan uchinchi shaxs (xaridor) uchun, komissioner oldi-sotdi shartnomasining bir tomoni hisoblanadi.

Komissiya shartnomasida komissioner komitent tovarlarini sotishi mumkin bo'lgan narxni aniqlash tartibi ko'rib chiqiladi. Odatda, u xar bir partiya tovar uchun aniqlanadi va minimal (komissionerga oxirigi sotuv narxini aniqlash huquqini berish bilan) yoki maksimal narx aniqlanadi. Shartnomada narxlarning oshishi tovar raqobatbardoshligining pasayishiga sabab bo'lmasligi kerak. Komissioner o'z vositachiligi uchun komitentdan shartnomada belgilangan komission mukofotlarni oladi. Bu bitimlar summasidan aniq foizlar (o'rtacha 10% gacha) yoki komitent

tomonidan belgilangan va komissionerning sotish narxi o'rtasidagi farq bo'lishi mumkin.

Komissioner, odatda, uchinchi shaxs tomonidan amalga oshiriladigan oldi-sotdi shartnomasi bajarilishi uchun javob bermaydi. Modomiki, ba'zan komission shartnomaga komitent hisobidan shartnomani imzolovchi uchinchi shaxs bitimlarini bajarishda komissionerni qo'llash bo'yicha shartlar ham kiritiladi. Bu shartning kuchi bilan komissioner qo'shimcha mukofotlar hisobiga komitentlarning har qanday zararini kafolatlashga majbur. Bu zararlar xaridorlar tomonidan xarid narxining uning to'lov qobiliyati yo'qligi natijasida to'lanmasligi sharoitida yuzaga keladi. Bunday shartlar *delkredere* deb nomlanadi.

Topshiriqni bajarishda komissioner komitent tomonidan belgilagan shartlarni bajarishiga majbur.

Xorijiy xaridorlarning komission topshiriqlari *indent* deb nomlangan shaklni olishi mumkin. Indent - bir mamlakat import qiluvchiining boshqa mamlakat komissioneriga berilgan ma'lum partiya tovarlarni xarid qilish uchun bir martalik komission topshirig'idir. Bu buyurtmani komissioner o'z mamlakati ishlab chiqaruvchisiga beradi. Agar indent qaysi ishlab chiqaruvchidan mazkur partiya tovarlarni sotib olinishini aniq belgilasa va agar buyurilgan tovar haqidagi ma'lumotlar aniq ko'rsatilgan bo'lsa (navi, rangi, namunasi), u yopiq hisoblanadi. Komissionerga ishlab chiqaruvchini tanlash huquqini beruvchi va buyurilgan tovar haqida aniq ma'lumotlarga ega bo'lmagan indent ochiq indent deyiladi.

Komission operatsiyalarning turli ko'rinishliligi *konsignatsiya operatsiyalari* deyiladi. Ular bir tomondan konsignant deb nomlanuvchi topshirig'idan, ikkinchi tomondan tovar savdosini omborxonadan o'z nomidan konsignant hisobiga oluvchi konsignator deb nomlanuvchilardan iborat. Konsignatsion operatsiyalar komissiya* shartnomasi haqidagi qonunchilik me'yorlari qo'llaniladigan konsignatsiya shartnomalari asosida amalga oshiriladi.

Konsignatsiya shartnomasi deganda, shunday shartnoma tushuniladiki, unga muvofiq, birinchi tomon (konsignator) ikkinchi tomon (konsignant) topshirig'i bo'yicha belgilangan vaqt mobaynida (konsignatsiya shartnomasi muddati)

shartlashilgan mukofot uchun konsignator mamlakati omborxonalariga qo'yilgan tovarlarni o'z nomidan va konsignant hisobiga sotishga majbur. Bu tovarlar uchinchi shaxsga sotilguniga qadar konsignant mulki bo'lib turadi.

Oldi-sotdining konsignatsion shakli kuchsiz bozorlarda yoki mahalliy xaridorlarga noma'lum bo'lgan yangi tovarlarni sotish uchun qo'llaniladi.

Tovarlarni savdo mamlakatidagi omborxonalarda sotish yangi bozorlarni o'zlashtirishni engillashtiradi. Xorijiy xaridorlar o'zlarini qiziqtirgan mahsulotlar bilan faqatgina kataloglar, ko'chalar, loyihalar, preykursantlar orqaligina emas, shuningdek, bevosita ularni ko'rish, ularni amaliyotda sinab ko'rish yo'li bilan tanishadilar.

Agentli operatsiyalar

Savdodagi agentli operatsiyalar printsiyal, deb nomlangan birinchi tomonning ikkinchi, agent (savdo, tijorat) deb nomlanuvchi tomonga bog'liq bo'lmagan holdagi topshiriqlarini, tovarlarni kelishilgan hududda printsiyal hisobiga va uning nomidan tovarlar xaridi va oldi-sotdisiga bog'liq aniq va yuridik xarakatlarni bajarishni o'z ichiga oladi. Agentlik operatsiyalari u yoki bu darajadagi uzun (ko'pincha ko'p yillik) kelishuvlarni amalga oshiradilar va ular agentlik kelishuvlari deb nomlanadi.

Agentning mustaqilligi shunda ko'rinadiki, u printsiyalar bilan mehnat munosabatida bo'lolmaydi va o'z faoliyatini mustaqil belgilash evaziga amalga oshirishi mumkin. Agent ko'p hollarda savdo reestrda qayd etilgan yuridik shaxs hisoblanadi. Agent agentlik kelishuvlarida aniqlangan vakolatlar doirasida faoliyat yuritishga majbur bo'lsa-da, u printsiyal tomonidan to'g'ridan – to'g'ri nazorat qilinmaydi.

Agent faoliyatining printsiyal nomidan va uning hisobiga amalga oshirilishi uni bitimlarni shartnoma bo'yicha o'z nomidan va o'zi hisobiga amalga oshiruvchi savdogar va sotuvchilardan, shuningdek uchinchi shaxs oldida o'z nomidan ishtirok etsada, komitent hisobiga amalga oshiruvchi komissionerlardan farq qiladi. Agent faqatgina oldi-sotdi bitimlarining amalga oshirilishini muvofiqlashtiradi, o'zi esa unda ishtirok etmaydi va o'z hisobiga tovarlarni xarid qilmaydi. U faqatgina agentlik kelishuvlari tomonidan unga yuklatilgan javobgarlik doirasida printsiyal vakil

sifatida faoliyat yuritadi. Xuddi mana shunda agentlik kelishuvlari va savdo huquqini taqdim etish bo'yicha shartnomalarni farqli xususiyatlari yuzaga chiqadi. "Agentlik kelishuvlari" atamasi o'z huquqiy mazmuniga ega va uni ma'lum kelishuvlar turlarigagina qo'llash mumkin. Bu atama noto'g'ri ishlatish agentlik bo'lmagan kelishuvlarga agentlik shartnomasi haqidagi nizomni qo'llash uchun imkon yaratadi. Bu esa, o'z navbatida, jiddiy tushunmovchiliklarni yuzaga keltiradi.*

Agentlik operatsiyalarini alohida mamlakatlarda huquqiy tartibga solish turli jiddiy farqlarga ega. Evropaning ayrim mamlakatlarda, Skandinaviya mamlakatlari, shuningdek, Yaponiya va boshqa rivojlanayotgan mamlakatlarda agentlar bilan huquqiy munosabatlarni tartibga soluvchi maxsus me'yorlar mavjud.

Ayrim mamlakatlarda qonunchilik savdo agentlari haqidagi maxsus me'yorlarga ega emas va agent hamda printsiptial o'rtasidagi munosabatlarda shartnoma yoki savdo vakolati shartnomasi haqidagi qonunning umumiy ilovasi qo'llaniladi.

Angliya, AQSh va qator boshqa mamlakatlar qonunchiligi vakillik haqidagi ingliz huquqiy me'yorlarini qo'llashadi, savdo agentlari haqida maxsus me'yorlarga ega emas. Ularning savdo agentlari bilan huquqiy munosabatlari savdo udumlari va sud amaliyoti bilan aniqlanadi. Bu erda tomonlarning huquq va majburiyatlari agentlik shartnomasi shartlari bilan o'rnatiladi.

Turli mamlakatlarning agentlarini aniqlashda deyarli farq yo'q, modomiki, ularning har biri o'z atamasiga ega. Masalan, Angliyada va ingliz huquqiy me'yorlardan foydalanuvchi mamlakatlar agentlik kelishuvidagi tomonlarni agent va printsiptial deb atashadi; Germaniya, Avstriya, Belgiya, Finlandiya, Frantsiya, Yaponiyada - vakil va tadbirkor; Skandinaviya mamlakatlarida – agent va tadbirkor; Argentina va Braziliyada – ishontiruvchi va ishonuvchi.

Anglo-amerika tizimida agent huquqi ostida jismoniy va yuridik shaxs tushuniladi. U huquqini boshqa shaxsga taqdim etishi va tovarlarning aniq doirasi nomidan ma'lum xududda savdo operatsiyalarini amalga oshirishi mumkin. Agent o'z printsiptiali nomidan muzokaralar olib borishi mumkin, o'zi esa shartnomada mustaqil tomon bo'lib ishtirok etmaydi. Angliya va AQSh da «agent» atamasi

ko'pincha keng doirada ishlatiladi, vakillik va vositachi ko'rinishlarining barcha turlarini qamrab oladi.

Germaniya qonunchiligida savdo vakili deganda, boshqa tadbirkor uchun bitimlarni imzolash bo'yicha vositachilik qiluvchi doimiy vakilliklarga ega mustaqil tadbirkor tushuniladi.

Daniya, Shvetsiya, Norvegiya, Islandiyada agent deyilganda, boshqa shaxs tomonidan uning uchun yuridik faoliyat yoki uchinchi shaxs bilan shartnoma imzolashda uni tavsiya etish vakolatini olgan shaxs tushuniladi.

Italiya qonuni esa, agent va vakil o'rtasidagi farqni ajratadi: agent faqat shartnomani imzolash uchun ishtirok etadi, vakil esa bu shartnomani tadbirkor nomidan imzolaydi. Mustaqil savdo agentlari masalalari bo'yicha EK a'zo mamlakatlar qonunchiligi koordinatsiyasi haqidagi 1990 yil 1 yanvardan kuchga kirgan 86-635 – sonli direktiva savdo agentlarini komitent, deb nomlangan boshqa shaxs uchun tovarlar oldi-sotdisi bo'yicha muzokaralar olib borish yoki komitent hisobiga va uning nomidan bitimlarni imzolash va muzokaralar olib borish doimiy majburiyati oluvchi mustaqil vositachi sifatida aniqlaydi.

Yaponiya qonunchiligiga muvofiq, savdo vakillari xizmatchi bo'lmay turib, tadbirkor nomidan faoliyat yuritadi yoki uning uchun savdo bitimlari bo'yicha vositachilik qiladi. Savdo vakili tadbirkor rozilgisiz o'z hisobidan yoki uchinchi shaxs hisobidan savdoning ma'lum tarmog'iga taalluqli bitimlarni imzolash huquqiga ega emas.

Brokerlik operatsiyalari

Brokerlik operatsiyalari vositachi-broker orqali sotuvchi va xaridor o'rtasida aloqa o'rnatadi. Qanday faoliyat bilan shug'ullanayotganligi va kimni tavsiya etishidan qat'iy nazar, broker har doim tor yuridik ma'nodagi vositachi sifatida ishtirok etadi va faqat aniq xodisalarni amalga oshiradi. Broker hech qachon shartnomada tomonlar rolini bajarmaydi. Agentdan farqli ravishda broker vakil bo'la olmaydi, u shartnoma munosabatlarida tomonlarning biri tomonida turmaydi va alohida topshiriqlar asosida faoliyat yuritadi.

Brokerga har bir alohida bitimning xulosasida maxsus vakolat beriladi va u bu vakolatlarni chegarasida faoliyat yuritishga majbur. Xususan, broker o'z mijozining tovarning miqdori, sifati, narxi bo'yicha ko'rsatmalarini bajarishi lozim.

Mijozning birinchi talabi bo'yicha broker, unga o'zi tomonidan olib borilishi mumkin bo'lgan operatsiyalarning hisobotini tavsiya etishi kerak. Brokerga, shuningdek, uning vositachiligida imzolangan shartnomalarning bajarilishi ustidan va reklamaning taqdim etilishi bo'yicha nazorat o'tkazish ham topshirilishi mumkin. Ko'pincha u o'z zimmasiga qo'shimcha mukofot evaziga delkredereni oladi. O'z mijozlari topshirig'i bo'yicha broker aniq tur tovarlari partiyasini tanlash, bozor holati haqidagi axborotlarni tanlash va boshqalarni ham o'z zimmasiga olishi mumkin.

O'z xizmatlari uchun broker kelishilgan savdo udumlari bo'yicha mukofot oladi. Bu mukofot inglizchasiga brokeridj, frantsuzchasiga kurtaj, nemeschasiga provizion, deb ataladi. Tovar operatsiyalaridagi mukofot xajmi 0,25% dan 2-3 %gacha tebranib turadi. Broker o'z manfaatlarini bitimdagi boshqa tomonga taqdim etish va ikkinchi tomondan komissiya va mukofot olmasligi kerak. Buning uchun esa mijoz kelishuvi bo'lishi shart. Ba'zan vositachi sifatida ikki broker ishtirok etadi: birinchisi – xaridor topshirig'i bo'yicha, ikkinchisi - sotuvchi topshirig'i bo'yicha.

Brokerlar, odatda, vositachilik operatsiyalarini ikki ma'lum tovar ko'rinishlaridan biri uchun oldi-sotdini amalga oshirishga ixtisoslashgan bo'ladi.

8.2. Savdo vositachilari orqali amalga oshiriladigan shartnomalarning asosiy tijorat shartlari

Sotish huquqini taklif etish haqida shartnomalar

Shartnoma tomonlari. Bu bo'limda tomonlarning asosiy nomlanishi va ularning shartnomadagi keyingi nomlanishi ko'rsatiladi. Odatda, bir tomon «tadbirkor», «ishlab chiqaruvchi» yoki «eksport qiluvchi» deb nomlansa, ikkinchi tomon «shartnoma bo'yicha sotuvchi», «distribyutor» (masalan, Angliya va AQShda) deb nomlangan. Ko'pincha shartnoma matnida ishlab chiqaruvchi nomi saqlanib qolgan, shartnoma bo'yicha sotuvchi «firma» deb atalgan.

Tomonlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning xarakteri. Savdogar shartnoma bo'yicha tovarlarni sotib oladi va uni o'z hisobidan va o'z nomidan uchinchi shaxsga sotadi. Bu shart juda jiddiy hisoblanadi va tomonlar o'rtasidagi o'zaro munosabat xarakterini aniqlaydi. Shartnoma bo'yicha savdogar sotuvchi agenti sifatida emas, xaridor sifatida faoliyat yuritayotganiga shartnoma hech qanday shubha qoldirmasligi kerak. Odatda, shartnomada shartnoma bo'yicha savdogar eksport qiluvchi manfaatlarini taklif etishni va xar qanday usul bilan bo'lsa ham unga yordam ko'rsatishni ochiq-oydin aniqlaydi, eksport qiluvchi esa savdogarga shartnoma bo'yicha o'z faoliyatini amalga oshirishda yordam ko'rsatadi.

Tovarni aniqlash. Shartnoma bo'yicha savdogarga sotish huquqi bilan taqdim etilgan tovarlar odatda, amaliyotda taqdim etilgan spetsifikatsiyada ularning modeli va markasi bilan aniqlanadi yoki sotuvchi katalogi raqami bilan belgilanadi.

Hududni aniqlash. Shartnoma bo'yicha savdogarga eksport qiluvchi tovarlarni sotish huquqi berilgan hudud siyosiy birlik (davlat) yoki uning ma'muriy xududlari ko'rsatilishini anglatadi. U *shartnomaviy xudud* deb nomlanadi. Shartnoma bo'yicha savdogar eksport qiluvchining yozma ruhsatnomasisiz tovarni shartnomaviy hududdan tashqarida sotish huquqiga ega emas, shuningdek, (agar kelishilmagan bo'lsa) uning xaridorlari (agar ular oxirgi iste'molchi bo'lmasalar) sotib olingan tovarlarni bu hudud tashqarisida sotmasliklari uchun zaruriy choralarni qabul qilishlari lozim.

Sotish huquqining xarakteri. Shartnoma bo'yicha sotuvchiga tovarlarni sotish huquqini berish oddiy, mustasno tarzida va chegaralangan mustasno tarzida bo'lishi mumkin. Oddiy huquqni tavsiya etishda eksport qiluvchi kelishilgan xududda tovarlarni o'zi mustaqil sotishi va boshqa vositachilar orqali sotishi mumkin. *Mustasno tarzidagi huquq*da eksport qiluvchi ma'lum tovarlarni shartnoma bo'yicha faqatgina ma'lum sotuvchilar orqali sotishga majbur. Ba'zan shartnomada ekstorterning unga kelishilgan hududdagi iste'molchilardan bevosita tushgan shartnoma takliflari bo'yicha savdogarni yuborish majburiyati ko'rib chiqiladi.

Chegaralangan mustasno tarzidagi huquq, ba'zan u yarim istisno deb ham ataladi, ayrim hollarda eksport qiluvchi kelishilgan hududda tovarlarni bevosita

uchinchi shaxsga sotish huquqini o'zida qoldiradi. Bu cheklov quyidagi vaziyatlarga tegishli bo'lishi mumkin: agar tovarlar davlat organlari va tashkilotlari tomonidan qo'yilgan bo'lsa; eksport qiluvchi tomonidan boshqa mijozga taklif etilgan mashina va uskunaning komplekt qismi bo'lsa; kompensatsiya bitimlarning bir qismini tashkil qilsa; agar savdogar sotuvchi tomonidan taklif etilgan sharoit va narxda tovarni sotib olishdan voz kechsa.

Narx shartlari va mukofot to'lash usullari. Shartnomada, odatda, savdogar shartnoma bo'yicha eksport qiluvchidan sotib oladigan narxi haqidagi shartlar ko'rib chiqiladi va eksport qiluvchi tomonidan o'rnatiladi, tomonlar o'rtasida imzolanadigan oldi-sotdi shartnomalarida qayd etiladi. Bular pereykursant yoki eksport narxlari deb ataladi. Qoidaga muvofiq, eksport qiluvchi tovar oldi-sotdisi savdogar tomonidan mahalliy iste'molchilarga shartnoma bo'yicha sotilayotgan narxni belgilay olmaydi. Ba'zan esa, eksport qiluvchi tomonidan belgilangan narx va ularga taklif qilingan etkazib berish shartini qo'llash maxsus ko'rib chiqiladi.

Shartnoma bo'yicha sotuvchini taqdirlash usullari realizatsiya qilingan narxni o'rnatish usuliga bog'liq holda aniqlanadi. Agar tovarlar eksport qiluvchi narxi bo'yicha sotilsa, sotuvchini shartnoma bo'yicha taqdirlash preykursant narxidan ajratilgan qayta sotishga chegirmalardan iborat bo'ladi. Agar eksport qiluvchi narxni belgilamasa, mukofot tovarning eksport va realizatsiya narxlari o'rtasidagi farq sifatida yoki eksport narxidan chegirma sifatida aniqlanishi mumkin.

Savdogarlarning shartnoma bo'yicha taqdirlanish xajmi ularga ko'rsatilgan xizmatlar xajmi, tovar ko'rinishlari, ularning raqobatbardoshligi, bozorni egallash darajasi, raqobat kurashining keskinligi, firma nufuzi va malakasi va boshqa ko'pgina omillarga bog'liq. Shu bilan bog'liq holda savdogarga shartnoma bo'yicha taklif etiladigan preyskurant narxidan chegirma xajmi 2-45% orasida tebranib turishi mumkin. Hisob narxining sotuv narxidan uzoqlashishi 50 -100 %ni tashkil etadi.

Shartnoma xarakati muddati. Savdogar bilan shartnoma belgilangan va belgilanmagan muddatlarda imzolanishi mumkin. Ikkila holatda ham tomonlar o'rtasida uzoq muddatli xarakterdagi munosabatlar nazarda tutiladi. Ma'lum muddatga imzolangan shartnomada kelishuvlarning xarakat muddati aniq ko'rsatiladi

(1-3 yil). Bunda, qonunga muvofiq, agar tomonlardan biri belgilangan muddat davomida kelishuv xarakati muddati tugaguniga qadar (1 oydan – 3 oygacha) shartnomani buzish yoki uning shartlarini o'zgartirish haqidagi istaklarini yozma yoki og'zaki tarzda bildirmasalar, unda shartnoma avtomatik tarzda aniq kelishilgan muddatga yoki aniqlanmagan muddatga cho'ziladi. Shartnomani belgilanmagan muddatga imzolashda tomonlar faqatgina uning bekor qilinishi tartibini ko'rib chiqadilar.

Shartnoma bo'yicha savdogarning tovar realizatsiyasi bilan bog'liq majburiyatlari. Shartnomada, odatda, tovar sotish bilan bog'liq bo'lgan savdogar majburiyatlarini aniqlovchi va eksport qiluvchi foydasiga uning faoliyatini faollashtirishga yo'naltirilgan qator shart-sharoitlar mavjud. Ulardan eng asosiylarini keltiramiz.

Raqobatsizlik haqida izoh. Modomiki, eksport qiluvchi shartnoma bo'yicha savdogar o'zining barcha imkoniyatlaridan foylanishidan manfaatdor ekan, kelishuvda tez-tez shunday izoh keltiriladiki, bunda savdogar eksport qiluvchi rozilgisiz shartnoma hududiga eksport qiluvchiga raqobatdosh bo'lgan biron-bir firmani na to'g'ri va na egri holda taklif eta olmaydi va eksport qiluvchi tovarlari uchun raqobatdosh hisoblangan tovarlarni sotish bilan shug'ullanmaydi. Agar eksport qiluvchi, boshqa tadbirkorlar foydasiga shartnoma bo'yicha savdogar faoliyatini cheklamasa, eksport qiluvchi uni bunday faoliyat haqidagi axborotlarni taqdim etishga majbur qiladi.

Minimal aylanma haqida izoh. Savdogar tomonidan shartnoma bo'yicha tovarlarni sotishni rag'batlantirish uchun, odatda, shartnomaga minimal aylanma haqida izoh kiritiladi. Bu izoh savdogar shartnoma bo'yicha shartlashilgan muddat ichida tovarlarni xarid qilishga majbur bo'ladigan minimal summani ko'rib chiqadi yoki etkazib berish muddati bo'yicha tovarlarning miqdorini aniqlaydi yoki uning ulushi bozorda belgilangan foizdan past bo'lmagan miqdorda yoki summada oldi-sotdini amalga oshirishi mumkinligi haqida ko'rsatmani tashkil qiladi.

Texnik xizmat ko'rsatishni tashkil qilish. Mashina va uskunalarni sotishda shartnoma bo'yicha savdogarlarning majburiyatlariga texnik xizmat ko'rsatishni

tashkil qilish ham kiradi. U kafolatli muddatlarda shartnoma bo'yicha savdogar va xaridor o'rtasida etkazib berish shartlariga muvofiq, xizmat ko'rsatishni ta'minlashni, shuningdek, kafolat muddati tugagandan keyin ta'mirlash ishlarini nazarda tutadi.

Shartnoma bo'yicha savdogar xaridor oldida mahsulot etishmasligiga javob beradi va ayrim hollarda, qachonki, eksport qiluvchi xaridor oldida mustaqil majburiyatlarni o'z zimmasiga olsa, o'z nomidan unga kafolat bersa, u xaridor oldida sotuvchi sifatida ishtirok etadi. Bundan tashqari, bunday holatda eksport qiluvchi shartnoma bo'yicha savdogarga kafolat davrida reklamani amalga oshirishni topishiradi. Agar xaridor oldidagi kafolat bo'yicha majburiyatlarni shartnoma bo'yicha savdogar olsa, unda tomonlar eksport qiluvchi zaxira qismlarni shartnoma bo'yicha savdogar ixtiyoriga bepul qo'yishi va nuqsonlar eskirishi bo'yicha ishlar qiymati ma'lum foizlar hisobi bilan qoplanishi haqida kelishib oladilar. Xuddi shu kabi eksport qiluvchining shartnoma bo'yicha savdogar oldidagi kafolatlari bo'yicha javobgarligi xajmi ham aniqlanadi. Ko'pincha tomonlar shartnoma bo'yicha savdogar eksport qiluvchi tomonidan o'rnatilgan stavkalar bo'yicha bajarilgan ishlar to'lovini ishlab chiqishi lozimligi haqida kelishib oladilar.

Ba'zan shartnoma bo'yicha savdogar bilan texnik xizmat ko'rsatish haqida alohida bitimlar imzolanadi. Bu xizmatlar quyidagi shartlardan tashkil topgan: mutaxassislarni shartnoma bo'yicha savdogar ustaxonasiga o'tkazish haqida; eksport qiluvchining nazoratni amalga oshirish huquqi haqida; eksport qiluvchi tomonidan ustaxonalarga axborot materiallarini uzatish, texnik xujjatlashtirish, etkazib berish shartlari va zaxira qismlarga to'lovlar yo'li bilan yordam ko'rsatilishi.

Reklamaning amalga oshirilishi. Bu shartda shartnoma bo'yicha savdogarga reklamani amalga oshirish bo'yicha majburiyatlar yuklanadi. Bu maqsadga yo'naltirilgan xarajatlar butunlay shartnoma bo'yicha savdogar hisobiga tegishli bo'lishi, yoki eksport qiluvchi hisobiga qisman tegishli bo'lishi mumkin. Shartnomada, shuningdek, shartnoma bo'yicha savdogar o'z bozorida reklamaning aynan qanday vositasidan foydalanishlari lozimligi haqida kelishib olinadi. Eksport qiluvchi, o'z navbatida, savdogar ixtiyoriga prospektlarni, fotosuratlarini, plakat va kinoroliklarni bepul berishga majbur. Yangi bozorga kirish va yangi tur mahsulotlarni

sotuvga chiqarishda eksport qiluvchi import qiluvchi mamlakatidagi reklamalar uchun ketgan xarajatlarning yarmini ko'pincha o'ziga oladi. Shartnoma bo'yicha savdogar majburiyatlariga tovarlar namunalarini ko'rsatish va ularni namoyish etish uchun zallar tashkil qilish ham kiradi.

Axborotlarni taqdim etish. Narxlar haqida kelishilgan shartlar kuzatuvini tekshirish savdogarning kelishuvlarda ko'rib chiqilgan majburiyati bo'lib, u tovarlarni sotishda bozor kon'yunkturasi holati, narx va sharoit doirasida raqobatchilar faoliyati, asosan, uskuna etkazib berishdagi axborotlarni eksport qiluvchiga etkazish yo'li bilan aniqlanadi. Bu axborotlar doimiy ravishda berib boriladi (har oyda yoki har chorakda). Unda, odatda, texnik xizmat ko'rsatishni tashkil qilish, savdogar omborida zaxira qismlari mavjudligi masalalari ham ko'rib chiqiladi.

Tadbirkorning ayrim maxsus majburiyatlari. Shartnoma shartlari bo'yicha eksport shartnoma bo'yicha savdogarning muvaffaqiyatli faoliyatini, xususan, uskunalar etkazib berishni muvofiqlashtiruvchi bir qator majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi. U, shu jumladan, savdogar ixtiyoriga aniq texnik xujjatlarni taqdim etadi va unga uskunalarni sotish jarayonida yuzaga keladigan barcha texnik muammolarni hal qilishda yordam ko'rsatadi. Eksport qiluvchi savdogarga zarur zaxira qismlar rezervlarni yaratish uchun imtiyozlarni ham taklif etadi. Shartnoma bo'yicha savdogarning faoliyatni yanada kengaytirish uchun eksport qiluvchi unga kreditlarni taklif qiladi, texnik xizmat ko'rsatish va reklamalar bo'yicha barcha xarajatlarning qisman va butunlay kompensatsiyalarni tavsiya etadi.

Shartnoma bo'yicha savdogar faoliyati ustidan nazoratni amalga oshirish. Bu bo'limda savdogar faoliyati ustidan nazorat o'rnatishni amalga oshirish yo'llari aniqlanadi. Bu odatda, eksport qiluvchining savdogar mamlakatiga doimiy va vaqtinchalik vakillarni yuborish vositasida amalga oshiriladi. Ular borgan joylarida mustaqil qaror qabul qilish huquqiga ega bo'ladilar.

Omborxonadan tovarlarni sotish. Shartnoma bo'yicha savdogar ma'lum muddatda omborxonadagi tovarlarni uchinchi shaxsga o'z nomidan va o'z hisobiga sotish evaziga eksport qiluvchi topshirgan majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi.

Modomiki, savdo amaliyotida shartnomaning maxsus ko'rinishi - konsignatsiya shartnomasi mavjud. Bu shartnoma dastlabki komission tarzda tovarlarni omborxonada sotishni va qanday sharoitlarda shartnoma bo'yicha savdogar omborxonadan tovarlarni uchinchi shaxsga sotishi mumkinligini ko'rib chiqadi. Shuning uchun shartnoma bo'yicha savdogar bilan konsignatsion ombor haqida maxsus bitim imzolanadi. Tomonlarning barcha huquq va majburiyatlari sotish uchun huquq berish haqida shartnomada bayon etilgan; ular asosida konsignatsion ombor yaratish bilan bog'liq barcha qo'shimcha masalalar kelishib olinadi. Konsignatsion ombor haqidagi kelishuvlar asosiy shartnomasiz ahamiyatsiz bo'ladi. Oxirigisini bekor qilish hollarida konsignatsion ombor haqidagi shartnoma o'z kuchini yo'qotadi.

Komission konsignatsiya shartnomasidan farqli ravishda shartnoma bo'yicha savdogar ishlab chiqaruvchiga munosabat – ombordan olingan tovarlar qiymatini to'lash majburiyatini bajarish uchun uchinchi shaxsga tovarlarni qanday narxda sotishi kerakligini o'zi aniqlaydi. Shartnoma bo'yicha savdogarga eksport qiluvchi ombordagi tovarlarga qo'ygan narx bilan uchinchi shaxsga sotiladigan narx o'rtasidagi farq orqali mukofot to'lanadi.

Konsignatsiya shartnomasi

Shartnoma tomonlari. Konsignatsiya shartnomasida konsignant va konsignor tomonlari mavjud bo'ladi. *Konsignant* – shaxs yoki firma bo'lib, omborlardan tovar sotish bo'yicha bitimlarni xorijda amalga oshirish haqida topshiriq beradi. *Konsignor* – shaxs yoki firma bo'lib, omborlardagi tovarlarni o'z nomidan, lekin konsignant hisobiga sotish bo'yicha bitimlarni sotish bo'yicha topshiriqlarni qabul qiladilar va bajaradilar.

Tovarni aniqlash. Konsignatsiyaga qo'yilgan tovar nomenklaturasi va miqdori shartnomaning ajralmas qismi hisoblangan spetsifikatsiya bilan yoki shartnomaning o'zi bilan shartlashadi. Konsignatsiyaga qo'yilgan tovarlar qat'iy konkretlashtirilgan, masalan, mahsulot turi va markasi ko'rsatilgan bo'ladi. Bu

bo'limda konsignatsiyada bo'lishi mumkin bo'lgan tovarlarning maksimal miqdori ham aniqlanadi.

Hududni aniqlash. Shartnomada konsignator tovarlarni sotish huquqiga ega bo'lgan hududlar haqida ham kelishib olinadi. Bunda ko'pincha konsignator tovarlarni konsignantning dastlabki yozma kelishuvisiz shartnoma hududidan tashqarida sotish huquqiga ega emasligi haqidagina emas, shuningdek, xaridorlar bilan oldi-sotdi shartnomasida u o'z shartlarini - o'z navbatida, ular ham konsignantning yozma kelishuvisiz shartnoma hududi tashqarisida tovarlarini sota olmasliklari haqida ham kelishib oladilar.

Konsignatsiya muddati va shartnomaning amal qilish muddati. Shartnomada muddati ham ko'rsatiladi. Unga muvofiq, konsignatsiyaga qo'yilgan tovarlar ko'rsatilgan muddatda sotilishi lozimligi haqida aytilgan. Konsignatsiya muddati amaliyotda turlicha, lekin ular 6-24 oy o'rtasida tebranib turadi. Mashana va uskunalar uchun konsignatsiya muddati 12 oyni tashkil qiladi.

Konsignatsiya shartnomasining amal qilish muddati konsignatsiya muddatidan ko'p bo'ladi. Ko'pgina kelishuvlarda u bir yildan 5 yilgacha vaqtни o'z ichiga oladi. Shartnomaning amal qilish muddati tugagandan so'ng uning faoliyati tugatilayotganda konsignatsiyada bo'lgan va hisob-kitobi tugallanmagan tovarlarning barcha turlariga munosabatda uning shartlari haqiqiy hisoblanadi.

Konsignatsiyaga qo'yilgan tovarlarga mulkchilik huquqi. Konsignatsiyaga berilgan tovarlar ular uchinchi shaxsga sotilguniga qadar konsignanat mulki bo'lib qoladi. Ko'p hollarda konsignatsiya shartnomasida konsignatsiyaga berilgan tovarlar ular uchinchi shaxsga sotilguniga qadar uning mulki bo'libgina qolmay, balki uchinchi shaxsga sotilgan tovarlarning narxi to'languniga qadar va u summa konsignantga etib kelgunga qadar uning mulki bo'lib qolishi haqidagi izoh berilgan.

Narx shartlari. Tovar sotilishi topshirig'ini bajarar ekan, konsignator narx munosabatida konsignant ko'rsatmalari bilan bog'lanadi. Bu narx orqali u uchinchi shaxsga tovarlarni sotishga majbur. Ular shartnoma shartlarida bayon etilgan bo'lib, u erda minimal sotuv narxi o'rnatilgan va konsignator bundan past narxda tovarlarni

konsignantning yozma kelishuvisiz sota olmaydi. Bunda shuningdek, konsignatsiyaga tovarlar etkazib berishning bazis shartlari ham ko'rsatilgan.

Konsignatorni taqdirlash to'lovlarining tartibi haqida shartlar.

Shartnomada konsignatorga to'lanadigan mukofot to'lovlarining ko'rinishi, hajmi, tartibi aniq ko'rsatiladi. U sotilgan tovar qiymatidan olingan foiz ko'rinishida yoki komitent tomonidan o'rnatilgan narx va konsignator amalga oshirgan bitimning foydali narxi orasidagi farq (yoki farqning bir qismi) ko'rinishida bo'lishi mumkin. Konsignatsiya shartnomasi bo'yicha mukofot hajmi tomonlar kelishuvi asosida aniqlanadi. Shartnomada konsignator qaysi vaqtda mukofotni olishi mumkinligi haqida ham ko'rsatib o'tilgan. Odatda, konsignator belgilangan summa komitent ixtiyoriga kelib tushgandan so'ng mukofotni olish huquqiga ega.

To'lov shartlari. Konsignatsiya shartnomasida hisob-kitob tartibi ochiq-oydin aniqlanadi: to'lovlar qanday valyutada o'rnatiladi, tovarlar sotilgandan keyin qancha muddatda konsignant foydasiga to'lovlar amalga oshirilishi haqida ham izohlar beriladi. To'lovlar konsignanat bu to'lovlarning olinganligi va to'g'riligi haqida tasdiqlangandan keyingina u tugallangan hisoblanadi.

Konsignatorning majburiyatlari. Agar shartnomada kelishilgan bo'lsa, konsignator majburiyatlariga quyidagilar kiradi:

- konsignatsion ombor uchun joy tayyorlash, unda ishlash uchun personal topish, tovarlarni o'z mamlakatiga olib ketish uchun ruhsatnoma olish (import litsenziyasi);

- tovarlarni konsignatsion ombordaligida ularning sifatini to'liq saqlash (masalan, metall mahsulotlarini zanglashdan saqlashni ta'minlash, oziq-ovqat mahsulotlari uchun zarur iqlimiy tartibni yaratish). Aks holda zararni konsignatorning o'zi to'lashga majbur;

- konsignator omborini tashkil qilish bo'yicha, personal topish, tovarlarni transportirovka qilish, bojxona bojlarini to'lash, sug'urta to'lovi, reklama xarajatlari va boshqa choralar bo'yicha to'lovni amalga oshirish;

- konsignatsion ombordagi tovarlarni sug'urtalash, dastlabki sug'urta jamiyatida o'z hisobiga, konsignant foydasiga va unga sug'urta xujjatlarini o'z vaqtida uzatish;

- konsignant manfaatlarini ta'minlashda nufuzli bank kafolatini taklif etish;

- reklama, namoyish zallarida tovarlarni ko'rsatishni amalga oshirish va sotuvdan keyingi texnik xizmat ko'rsatish;

- sotishga kirishish va ombordagi zaxira tovarlar haqida konsignantga hisobotlarni, shuningdek, bozor konyunkturasi holati haqida va raqobatchilardagi o'xshash tovarlarning narx darajasi haqidagi axborotlarni o'z vaqtida etkazish.

Konsignant majburiyatlari. Shartnomada konsignantning quyidagi majburiyatlari ko'rsatilgan:

- konsignatsion omborga tovarlarni kelishilgan miqdorda va turida etkazib berish xamda kelgusida ma'lum darajada zaxira tovarlarini qo'llash;

- konsignatsion omborxonaning tarkibiy qismi bo'yicha xarajatlarni to'lash.

Bu shart ayrim G'arbiy Evropa mamlakatlari konsignatsiya operatsiyalarining asosiy belgisi hisoblanadi.

Tovarni qaytarish tartibi. Shartnomada agar tovarlar belgilangan konsignatsion muddatda sotilmay qolsa, ularni qaytarish uchun ketadigan xarajatlar haqidagi masalalar haqida ham to'xtalib o'tilgan. Bu masala har bir vaziyat uchun alohida echiladi va bunda konsignator mamlakati qonunchiligi hisobga olinadi. Konsignator tomonidan tovarlar qaytarilishining ko'p tarqalgan shartlaridan franko – chegara va fob (o'z mamlakatining porti) hisoblanadi. Tovarlarini tashish bo'yicha keyingi xarajatlarni konsignant oladi.

Agentlik shartnomasi

Kelishuv tomonlari. Kelishuv tomonlari printsipial va savdo (tijorat agenti) agentlaridan iboratdir. Kelishuv tomonlari bir-biriga jismoniy va yuridik jihatdan bog'liq bo'lmagan mustaqil shaxslar hisoblanadilar. Kelishuvda tomonlarning to'liq

nomlanishi, manzillari va har bir tomonning huquqiy holati, faoliyat turi, qayd qilish joyi va sanasi aniq ko'rsatiladi.

Printsipial va agent o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning xarakteri.

Printsipial tomonidan agentga taklif etilgan vakolatlar hajmi bo'yicha agentlarni printsipial nomidan va hisobidan bitimlarni imzolash huquqiga ega yoki ega emasligini ajratish lozim. Agentga kafolat va topshiriq berish, printsipial taqdimoti va unga qarshi boshqarish, printsipial nomidan kreditlarni taqdim etish vakolati berilishi mumkin.

Tovarni aniqlash. Kelishuvda ular tomonidan qamrab olingan tovarlar ko'rinishlari, ba'zan ulardan foydalanishni ko'zlash haqida ham gapiriladi.

Hududni aniqlash. Bu shartda (xuddi yuqoridagi kelishuvlar kabi) agentga operatsiya olib borish huquqi berilgan hudud haqida ham gapiriladi.

Agentga berilgan huquqlar. Shartnoma bo'yicha savdogar bilan kelishuvlar kabi agentga operatsiyalarni ma'lum hududda amlag oshirish uchun berilgan huquq oddiy, mustasno va chegaralangan mustasno shaklida bo'lishi mumkin.

Agentning oddiy huquqi ba'zan kelishuvga to'g'ri oldi-sotdi shartlarini kiritish yo'li bilan aniqlanadi. Bunga muvofiq ravishda, printsipial agent hududida joylashgan xaridor bilan muzokaralar olib borish huquqini o'zida saqlab qoladi.

Agentga mustasno shaklidagi huquqni berish haqidagi shart monopol izoh deb nomlanadi. Ba'zan bunda printsipial tovarlari uchinchi tomon vositachilari orqali agent hududiga kira olmasligi haqida gapiriladi. Agent mustasnolik huquqini olishdan manfaatdor, chunki unga ma'lum hududda yagona vakil bo'lish va xuddi shunday markadagi tovarni sotuvchi firmalar bilan bozorda raqobatga kirishmaslik foydali. Agentning mustasnolik huquqi printsipial tomonidan chegaralanishi mumkin. Agar shartnoma maxsus kelishilgan bo'lsa, bunday bitimlarda agent komission oladi.

Ba'zan agentlik kelishuvlariga hududdan tashqari izoh kiritiladi. Bunda agentga printsipial tovarlarini agent uchun ajratilmagan hududda sotish huquqi haqidagi shartlar kiritiladi. Shuningdek, agentga xaridordan bevosita pul summalarini olish huquqi berilishi mumkin.

Kelishuvning amal qilish muddati va uni bekor qilish tartibi. Kelishuv aniq muddatga yoki aniqlanmagan muddatga imzolanishi mumkin. Odatda, ular ma'lum muddatga imzolanadi (1-5 yilga) va unda kelishilgan yoki aniqlanmagan muddatga uzaytirish imkoniyati ko'rib chiqiladi. Bu hol tomonlardan birining shartnoma munosabatlarini to'xtatishni taklif qilgunga qadar davom etadi.

Agentni taqdirlash. Agentni taqdirlash masalasi tomonlar bitimlarini imzolash va bajarishda juda jiddiy masala hisoblanadi. Shuning uchun ham unda bir qator shartlar haqida gapiriladi.

- *Agentning mukofot olishga huquqi yuzaga kelgan payt va uning to'lanish muddati.* Kelishuvda odatda, quyidagi holatlar ko'rsatiladi: agent mukofoti o'zini oqlagan va to'lovga loyiq deb topilganda; agent orqali olingan buyurtmaning printsiptial tomonidan aktsept qilinishidan so'ng; agent vositachiligida sotilgan tovar to'lovining printsiptial tomonidan olinganidan keyin. Agent, odatda, printsiptial aybi bilan bajarilmay qolingan ishlar uchun ham taqdirlanish huquqiga ega.

Agent mukofoti xaridor imzolangan shartnoma shartlari bo'yicha to'lashga majbur bo'lgan narx foizida ajratiladi. Bunda uchinchi shaxs tomonidan hisoblangan tovarlarni qadoqlash va transportirovka qilish, sug'urta qiymati, bojxona, soliq va yig'imalar to'lovi, komission mukofotlash to'lovlari hisobdan chiqariladi. Boshqacha aytganda, mukofot sotilgan tovar evaziga printsiptialga tushuvchi netto-summasidan ajratib olinadi. Agar kelishuv shartlari bo'yicha mukofot huquqi to'lov printsiptialga kelib tushganidan so'ng yuzaga keladigan bo'lsa, uning hisobi har chorak oxiridagi (kamdan-kam) holat bo'yicha tushgan summalarda olib boriladi.

Agentga komission mukofot xajmi u bajargan ishlarga, tovar ko'rinishi va u yoki bu mamlakatdagi amaliyotiga bog'liq. Bunda agent tomonidan ko'rsatilgan xizmat xajmi, ular tomonidan sotilgan tovarlarning raqobatbardoshligi, bozorni o'zlashtirish darajasi, raqobat kurashining keskinligi, shuningdek, agentning nufuzi va malakasi ham muhim ahamiyatga ega. Xalqaro savdo amaliyotida tovarlarning 2-10% atrofida tebranuvchi komission stavkasi keng tarqalgan. Komission stavkalari umumiy iqtisodiy kon'yunktura o'zgarishi, mahsulot turi, yangi tur tovarlar

sotilishiga taklif, yirik buyurtma olishga bog'liq bo'lib, kelishuv faoliyati muddati davomida qaytadan ko'rib chiqilishi mumkin.

- Agentning majburiyatlari. Shartnoma bo'yicha agent savdo tashkilotlari va printsiptial manfaatlarini ximoyalashning keng doirasini o'z zimmasiga oladi. Bu majburiyatlar agentlik kelishuvlariga maxsus izohlarni kiritish yo'li bilan qayd etiladi.

- Raqobatsizlik haqida izoh. Uning mohiyati shundan iboratki, bunda agent kelishuv amal qilayotgan vaqtda (agar kelishilgan bo'lsa, muddat tugagandan so'ng) printsiptial tovarlari uchun raqobatchi bo'lgan tovarlarni sotib olish va ularni reklama qilishni taklif etish huquqiga ega emas.

Bundan tashqari, agentga faoliyatga oid va ishlab chiqarish sirlarini shartnoma vaqtida va undan keyin ham sir saqlash majburiyati yuklanadi. Agent raqobatchi firmalarning manfaatlarini uchun agent, komissoner va makler sifatida ishtirok etishi yoki bu firmalarning kapitalida (to'g'ri va egri holda) ishtirok etmasligi lozim.

Kelishuvda agent o'ziga ma'lum bo'lgan monopol huquqlarning buzilishi haqida printsiptialga tezda xabar berishi va uning oldini olish choralarini ko'rishi lozim.

- *Minimal aylanma haqida izoh.* Bu izoh shundan dalolat beradiki, unga ko'ra, agent minimal kvota, deb nomlanuvchi kelishilgan summadan kam bo'lmagan hajmda oldi-sotdi shartnomalarini imzolash bo'yicha vositachilikni amalga oshirish majburiyatini oladi. Mazkur kvota aniq muddatga (odatda, bir yilga) belgilanadi.

- *Delkreder izohi.* komissiya sharnomasi kabi mazkur izohni kelishuvga kiritishda agentprintsiptialga o'zi yordamida tovar xarid qilgan shaxs tomonidan narx to'lanmasligi natijasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan har qanday zararni kafolatlashga majbur. Keyingi holatda agent delkrederni o'z zimmasiga oladi va unga qo'shimcha mukofot to'lanadi. Bu mukofot «delkreder uchun komissiya» deb nomlanadi. O'ziga delkrederni qabul qilib olgan agent xaridorning to'lov qobiliyati yo'qligi hollarida yuzaga keladigan zararni oldin kelishuvda belgilangan summada printsiptialga to'lashga majbur.

- *Reklamaning amalga oshirilishi.* Agentga, odatda printsiptial ko'rsatmasiga muvofiq ravishda o'z hisobidan reklamani amalga oshirish majburiyati yuklanadi. Qoidaga muvofiq, kelishuvda printsiptial agentga namunalar, chizmalar, kataloglar, reklama materiallarini kelishilgan tilda va o'z ixtiyoriga ko'ra miqdorda bepul etkazib berishi haqida ham gapiriladi. Bu namuna va materiallar printsiptialning mulki bo'lib qoladi va agentlik kelishuvlari faoliyati to'xtatilganidan so'ng unga qaytariladi.

- *Sotuvdan keyingi xizmatning amalga oshirilishi* shartnomaga kiritilgan xollarida agentga yuklanishi mumkin. Bunda taklif etilayotgan xizmatlar xajmi va komissionning ustidagi to'lanadigan mukofot summasi aniq kelishilgan bo'lishi lozim.

- *Axborotning va printsiptialga hisobotning taqdim etilishi haqida.* Agent printsiptialga o'z faoliyati haqida; bozor konyunkturasi holati; bojxona va valyuta qonunlari; o'z mamlakatida importni boshqaruvchi qonunlar; mijozlarga sotilgan uskunalaridagi barcha kamchiliklar haqida; o'z bozoridagi raqobatchilarning faoliyatlari, ularning narxlari, to'lov shartlari, ular tovarlarining texnik ma'lumotlari va ularda paydo bo'lgan yangi tovarlarning ko'rinishlari; shartnoma hududidagi printsiptial manfaatlarini realizatsiya qilish uchun ahamiyatli bo'lgan barcha vaziyatlar xaqida davriy ravishda axborot berib turishi lozim. Axborot va hisobotlarni taqdim etish davri va muddati kelishuv shartlari bilan aniqlanadi.

Kelishuvda maxsus shartlarning mavjud bo'lishi agentga printsiptial tovarlarini sotish uchun barcha choralarni ko'rish majburiyatini yuklaydi: mijozlar bilan bitimlarni imzolashda narx shartnomasini, shuningdek, etkazib berish va printsiptial tomonidan belgilab berilgan to'lov shartlarini shartnomaga kiritadi; boshqa firma (raqobatdosh bo'lmagan) bilan agentlik kelishuvlarini imzolashda yoki xaridordan buyurtma qabul qilib olish haqida printsiptialga xabar beradi va uning roziligini oladi; zaxira qismlar omboriga ega bo'ladi va ular bilan xaridorlarni ta'minlaydi; subagentlar bilan imzolangan barcha kelishuvlar haqida printsiptialga xabar beradi; o'z mijoz-xaridorlarini doimiy yo'qlab turadi.

Printsiptialning huquq va majburiyatlari. Kelishuvda odatda, printsiptialning agentga uning faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan materallarni berishi va

agent vositasida imzolangan bitimlar shartlaridan uni xabardor qilishi aytilgan. Agar printsiptial agent tomonidan qabul qilingan buyurtmani bajara olmasa, bu haqida agentga o'z vaqtida xabar berishi lozim. Printsiptial narxni o'zgartirish huquqiga ega. Printsiptial agent orqali sotiladigan tovarlarning savdo belgisini qayd etish huquqini o'zida saqlab qoladi.

8.3 Savdo vositachilik operatsiyalarining tashkiliy shakllari

Operatsiyalarning bajarilish xarakteriga ko'ra savdo-vositachilik firmalarining quyidagi ko'rinishlari farqlanadi: savdo, komission, agentlik, brokerlik, fektorlar.

Savdo firmalari

Savdo firmalarida operatsiyalar o'z hisobidan va o'z nomidan amalga oshiriladi. Doimiy vositachilar asosida ishlaydi va ular bilan davomiy munosabatda bo'ladi.

Bajariladigan operatsiyalarning xarakteriga ko'ra savdo firmalari savdo uylariga, eksport, import, ulgurji, chakana firmalarga, distribyutorlarga, stokistlarga bo'linadi.

- *Savdo uylari* o'z mamlakati ishlab chiqaruvchilari va ulgurji savdogarlardan tovarlarni sotib oladilar va uni xorijda sotadilar. Xorijdagi xorij tovarlarini sotib olib, uni o'z mamlakatlaridagi mahalliy ulgurji yoki chakana savdogarlarga, shuningdek, sanoat iste'molchilariga sotadilar. Savdo uylari operatsiyalarni, asosan, o'z hisoblaridan amalga oshiradilar. Shu bilan bir qatorda ular alohida komission topshiriqlarni ham bajaradilar. Ular, odatda, mahalliy eksport qiluvchi ishlab chiqaruvchilarga va xorijiy xaridorlarga xizmat ko'rsatadilar. Savdo uylari keng tovar nomenklaturasi bo'yicha yoki ixtisoslashgan tovarlar guruhi yoki ulardan biri bo'yicha ishlaydilar.

- *Eksport firmalari* – shunday savdo korxonalariki, ular o'z hisoblariga tovarlarni ichki bozordan sotib oladilar va uni xorijga o'z nomlaridan sotadilar. Alohida hollarda ular komission topshiriqini ham bajaradilar, bunda ular o'z mamlakati korxonalari emas, xorij firmalari komissionerlari sifatida ishtirok etadilar.

Bajaradigan vazifalariga va tovar nomenklaturasiga bog'liq holda eksport firmalari ixtisoslashtirilgan, universal va rivojlanayotgan mamlakatlar qishloq xo'jaligi mahsulotlarini tayyorlovchi firmalarga bo'linadilar.

Ixtisoslashgan eksport firmalari nomenklaturada ko'rsatilgan tovarlar yoki qandaydir bir tovar bilan savdo qiladilar. Muvofiq sanoat tarmog'i joylashgan markazga yaqin joyda bevosita mavjud bo'lib, ular, odatda mazkur tumanning bir qancha korxonalaridan tovarlarni sotib oladilar va xorijga olib ketadilar. Bunday firmalar engil sanoat tovarlarida ma'lum afzalliklarga ega bo'ladilar (to'qimachilik, attorlik, charm mahsulotlari, o'yinchoqlar va boshqalar). Ixtisoslashgan eksport firmalari, shuningdek, o'rmon-qog'oz mahsulotlarini sotishda ham katta ahamiyatga ega. Ular bu mahsulotlarni unchalik katta bo'lmagan o'rmon-qog'oz korxonalaridan sotib oladilar va eksportga sotish uchun tashish va o'tkazishni amalga oshiradilar. Bu firmalar ko'pincha portlarda o'z xususiy mexanizatsiyalashgan prichallariga ega va bir vaqtning o'zida bir necha xil qog'oz tovaralari savdosi bilan shug'ullanadilar. Ulardan ko'pchiligi binokorlik materiallarini quritish va saralash ishlarini bajaradilar. Shundan so'ng ularga o'z markalarini qo'yadilar. Mana shuning uchun ham bunday firmalar prichaldagi eksport qiluvchi deb nomlanadi.

Universal eksport firmalari ommaviy iste'mol tovarlarining keng turlarini sotish bilan shug'ullanadilar va bir necha xil tarmoq mahsulotlarini sotadilar. Ular ko'p korxonalardan mahsulot sotib oladilar va ko'p mamlakatlarga sotadilar. Ba'zan ular o'z e'tiborlarini bir – ikki mamlakatgagina qaratadilar, o'zlarining xorijdagi xaridorlari bilan yaqin aloqalar o'rnatadilar, ularning barcha qiziqish va talablarini qondirishga xarakat qiladilar.

Rivojlanayotgan mamlakatlardan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qiluvchi firmalar, paxta, sherst, choy, kauchuk, kofe, ipak, indigo va boshqa mahsulotlarni tayyorlab beradilar. Buning uchun ular bevosita ishlab chiqaruvchilar bilan bog'lana oladigan bir qancha tayyorlovchi vositalarga: fermerlarga, mayda plantatorlarga ega bo'lishlari lozim. Tayyorlovchi – vositachilar qo'lida doimo tovar tayyorlovchi zanjir jamlangan bo'ladi: mahalliy bazadagi alohida ishlab

chiqaruvchilardan tovarlarni bevosita oluvchi olib sotarlardan tortib, tovarlarni eksport firmalariga qayta sotuvchi qadoqlovchi sotuvchilargacha.

- *Import firmalari* o'z hisobiga xorijdan tovarlar sotib oladilar va uni ichki bozordagi sanoatchilarga, ulgurji va chakana savdogarlarga sotadilar. Bunday firmalar omborxonalariga zaxira tovarlarga ega bo'ladilar va talab bo'yicha tovarlarni darxol ichki bozorga chiqaradilar.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda import firmalari xarid qilish va sotish bo'yicha ixtisoslashgan bo'ladilar va bir turdagi xom ashyo va oziq-ovqat mahsulotlarini sotadilar. Bunday firmalar faqat import bilan shug'ullanibgina qolmaydilar, ular ichki bozor talabi bo'yicha tovarlarni saralaydilar, qadoqlaydilar. Bu kofe, choy, tamaki, shakar, to'qimachilik mahsulotlari kabilardir. Yuqoridagi operatsiyalarni amalga oshirishdagi tajribaning mavjudligi bu firmalar raqobatbardoshligining asosiy omillaridan biridir.

Import firmalari tovarlarni xorij import qiluvchilaridan tovar birjalari va auktsionlardan yoki import firmalari tomonidan xorijda ochilgan doimiy xarid idoralaridan olishlari mumkin.

Import firmalari mashina va uskunalar savdosida ham katta ahamiyatga ega. Bu ularning uskuna sotib olinganidan keyin ham unga texnik xizmat ko'rsatilishi bilan bog'liqdir. Qonunga ko'ra, uskuna import qiluvchilari yaxshi texnik bazaga, yuqori malakali mutaxassislar shtatlariga ega, mahalliy iste'molchilar bilan barqaror aloqa o'rnatganlar.

Ko'pincha import firmalar dilerlarning keng zanjiriga – mashina va uskunalarini bevosita iste'molchilarga sotuvchi va sotilgandan keyingi texnik xizmatni amalga oshiruvchi mayda savdogarlarga ega. Qonunga ko'ra, mashina va uskunalar ishlab chiqaruvchilar bilan import firmalari o'rtasida uzoq muddatli munosabatlar yuzaga keladi.

Ulgurji firmalar sanoat va tayyorlovchi firmalar bilan chakana savdo firmalari o'rtasida vositachi sifatida ishtirok etadi. Ular tovarlarni o'z hisoblaridan xorijda yirik partiyalarda xarid qiladilar va ularni mahalliy bozorda alohida iste'molchilarga kichik partiyalarga bo'lib sotadilar hamda ular o'rtasidagi narx hisobiga daromad oladilar.

Ulgurji va import firmalari o'rtasidagi farqni aniqlash juda mushkul. Asosiy farq shundaki, import firma bevosita import qiluvchidan tovarlarni ortig'i bilan xarid qiladi, ulgurji firmalar esa nafaqat import, shuningdek, mahalliy ishlab chiqarish tovarlarini ham sotib oladilar va ularni o'z tarmoqlari orqali import tovarlaridan ham uzoqroqda xarakatlantiradilar. Qisqasi, ulgurji firmalar qo'shni mamlakatlar bozorlaridagi xorij tovarlarini sotib oladilar.

Ulgurji import qiluvchi firmalar faqatgina ulgurji savdo vazifalarinigina emas, ko'p hollarda chakana savdo vazifasini ham bajaradilar.

Chakana firmalar tovarlar importi va eksporti bo'yicha operatsiyalarni o'zlari amalga oshiradilar. Yirik chakana firmalari xorijda o'z filiallari, shu'ba kompaniyalari, xarid idoralarining keng zanjiriga ega. Asosiy chakana firmalar o'z mamlakatlari tashqarisida yashaydigan fuqaro va xorijliklardan buyurtmalar qabul qiladilar.

- *Distribyuterlar* – AQSh, Angliya va boshqa mamlakatlardagi firmalar bo'lib, ular, asosan, import operatsiyalarini amalga oshiradilar va ularga sotish huquqini berish haqidagi kelishuv asosida shartnoma bo'yicha savdogar sifatida ishtirok etadi. Odatda, ular mustasno tarzida ma'lum bozorlarda xizmatlar va tovarlar doirasida sotish va xarid qilish huquqini oladilar. Distribyutor o'z nomidan va o'z hisobidan sotadi va xarid qiladi. Ular, odatda, import qiluvchi mamlakatda bo'ladi.

- *Stokistlar* import qiluvchi mamlakatidagi firma bo'lib, konsignatsion ombor haqidagi maxsus shartnoma asosida eksport-import operatsiyalarini amalga oshiradi. Shartnoma asosiy shartnomaga, agent shartnomasiga, komissiya shartnomasiga sotish huquqini berish haqida qo'shimcha sifatida imzolanadi. Stokistning vazifasi ulgurji firmalarning qo'shimcha vazifalaridan biri bo'lishi mumkin. Stokistlar qoidaga muvofiq, shaxsiy omborlariga ega bo'ladilar, o'z nomlaridan va o'z hisoblariga tovarlarni xarid qiladilar va sotadilar.

Komission firmalar

Komitentlarning bir martalik topshiriqlarini bajaradi va komitent nomidan va uning hisobidan faoliyat yuritadi. Amalga oshirilgan operatsiyaning ko'rinishi va

xarakteriga bog'liq holda komitent bilan o'zaro munosabatda eksport va import komission firmalar farqlanadi.

Komission eksport firmalar sotuvchi yoki xaridorning vakili sifatida ishtirok etishi mumkin. Sotuvchining vakili mahalliy ishlab chiqaruvchi eksport qiluvchining uning tovarlarini xorij bozorida sotish bo'yicha topshiriqlarini bajaradi va uning evaziga komission mukofot oladi. Bunda firma, odatda, tovarning xaridorga o'z vaqtida etib borishi majburiyatini, bitim transportirovkasi, moliyalashtirilishi, rasmiylashtirilishi, xaridor mamlakatidagi barcha rasmiyatchiliklarni bajarish va boshqa qator hollarda texnik xizmat ko'rsatishni kafolatlash majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Komitent topshirig'i bilan tovarlarni o'z mamlakatida va xorijda saqlanishini tashkil qiladi.

Xaridorning vakili xorij xardorining o'z mamlakati bozorida tovar sotib olish bo'yicha topshirig'ini bajaradi. Bunday hollarda komission firma xorijiy import qiluvchilar buyurtmalarini o'z mamlakati ishlab chiqaruvchilari bilan aralashtiradi. Vakil majburiyatlariga, shuningdek, yuklarni transportirovka qilish va sug'urtalash, xaridor nomidan shartnomalarni imzolash va hisobotlarni amalga oshirish kiradi. Komission mukofot bunday vakilga xaridor tomonidan to'lanadi. Xaridor vakili tovarlar xarid qilishni, xaridorning qat'iy buyurmasiga qarshi olib boradi (yopiq indent), lekin ba'zan doimiy mijoziga takliflar qilish va o'z xohishiga ko'ra, tovarlar tavsiya etishi mumkin.

Komission eksport qiluvchi firmalar orasida eng ahamiyatlisi konfirmatsion uylar hisoblanadi. Ular uchun eksport ishlab chiqaruvchi shaxsdan xaridorga taklif etiladigan kreditlar bo'yicha riskni o'z zimmalariga qabul qilish xarakterlidir. Konfirmatsion uylar odatda, tovar yaxlit qiymati uchun va eksport kreditlarining barcha summasi uchun riksni o'z zimmalariga oladilar va xaridorlardan kreditni to'lash qobiliyati haqida dalil talab qilmaydilar (egri tarzda xaridorning keyingi holati haqida ishonch hosil qiladilar). Ular, shuningdek, kemalarga joy berish, sug'urtalashni ta'minlaydilar va import qiluvchi talab qilganida uni kreditlaydilar.

Komission import firmalar o'z mamlakati xaridorining vakili sifatida ishtirok etadi. Ular xorijiy ishlab chiqaruvchilar buyurtmalarini o'z nomlaridan mahalliy

komitentlar hisobiga aralashtiradilar. Bundan tashqari, ular o'z komitentlariga turli xizmatlar ko'rsatadilar, jumladan, savdo bozorlari konyunkturasi sharxini tuzadilar, tovarlarni yuborishni nazorat qiladilar. Yirik komission firmalar xorijda vositachilar bilan bevosita aloqada bo'la oladigan va bosh idorani bozordagi o'zgarishlardan xabardor qila oladigan o'z vakillariga ega. Ba'zan import komission firma xorij ishlab chiqaruvchilaridan konsingatsiyaga tovar oladilar. Bu, asosan, mashina va uskunaga tegishli.

Agentlik firmalari

Printsipial nomidan va uning hisobidan ishtirok etadi. Shartnoma shartiga muvofiq, firma yoki uning nomi va uning hisobiga bitimlarni imzolaydi yoki bitimlarni imzolashda faqat vositachilik qiladi. Agentlik firmalari uchun uzoq muddatli vakolat va printsipial bilan yaqin aloqa xarakterlidir.

Joylashgan joyiga qarab agentlik firmalari printsipial mamlakatidagi agentlar (eksport-agenti, agent-rezident) va xorijiy mamlakatdagi agentlar (xorijiy savdo agenti, xorijiy xarid agenti) ga bo'linadi.

Eksport agenti o'z mamlakatining bir yoki bir necha sanoat firmalari topshirig'i bilan ular o'rtasidagi agentlik shartnomasiga ko'ra, ishtirok etadigan firma hisobalanadi. Agentlik firmasi sanoat firmalaridan namunalar kolleksiyasi, kataloglar, preyskurantlarni qabul qilib oladi va ular asosida xaridorlarni izlaydi. Yirik eksport agentlik firmalari xorijiy buyurtmalarni olish uchun alohida va savdo agentliklari ko'rinishidagi shaxsiy xorijiy apparatlaridan foydalanadilar. Agentlik firmasi tomonidan sarflangan barcha transport xarajatlari savdo korxonasi orqali qoplanadi.

Import agenti yoki agent-rezident printsipial mamlakatida bo'ladi va import operatsiyalarini uning hisobidan amalga oshiradi. Agent xizmatidan tashqari, ayrim agentlik firmalari xorijiy vositachilarning omborlarda buyurtma tushishini kutayotgan tovarlarini saqlash bo'yicha xizmatlarni taklif etadi va tovarlarning bozordagi xarakati bo'yicha ma'lum ishlarni (xususan, reklama) amalga oshiradi.

Xorijiy savdo agenti boshqa mamlakat kompaniyasiga uning nomidan va uning hisobiga xorijiy mamlakatdagi ma'lum hududda o'rnatilgan tovarlar nomenklaturasi

bo'yicha faoliyat yuritish huquqi berilgan firma hisoblanadi. Odatda, xorijiy savdo agentlari bozorda printsiptial tovarlarini sotishni tashkil etish va mashina xamda uskunalariga texnik xizmat ko'rsatishni amalga oshirish bo'yicha bir qancha majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi. Ko'p xollarda savdo agentlari o'z joylarida uskunani ko'rsatish uchun namoyish zallari va maydonlarini yaratadilar, reklamani tashkil qiladilar, zahira qismlar omborlarini quradilar.

Yirik agentlik firmalari o'z mamlakati hududida bo'linmalari, filial va idoralarining keng tarmog'ini ochganlar. Agar agent-firmaning filial va idoralari barcha iqtisodiy muhim tumanlarni qamray olmasa, unga subagentlar olish huquqi beriladi.

Xorijiy xarid agentligi firmasi o'z printsiptiallari uchun xorijdan tovarlar xarid qilish uchun operatsiyalarni bajaradilar. Uning xizmatidan odatda, xorijda o'z filiallariga ega bo'lmagan va u yerga o'z vakillarni yubormaydigan import qiluvchilar foydalanadilar.

Firma vakili

Firma vakili shaxs yoki kompaniya bo'lib, eksport qiluvchi tomonidan eksport qilayotgan kompaniya agent, distribyutor va stokistlarini ma'lum bozorlardan qidirish va ularning faoliyatini kuzatish maqsadida yollangan. Firma vakili savdo muzokaralarida ishtirok etmaydi va bitimlarni imzolamaydi. U eksport qiluvchi kompaniya xizmatchisi hisoblanmaydi va shuning uchun ish xaqi emas, komission mukofot oladi (yoki unga qayd etilgan gonarar va unga qo'shimcha tarzida komission to'lanadi).

Firma vakili xorijiy mamlakatda rezident bo'lishi mumkin yoki o'z faoliyatini xorijga doimiy qatnash yo'li bilan amalga oshirishi mumkin.

Brokerlik firmalari

Brokerlik firmalari vositachilik firmalarning alohida ko'rinishi bo'lib, kontragentlarni birlashtirish vazifasini bajaradi. Ayrim mamlakatlar qonuni bo'yicha brokerlar tovarlarning sotuvchisi va xaridori sifatida ishtirok eta olmaydilar.

Angliyadagi brokerlar instituti keyingi paytlarda ancha rivojlandi. Bu erda ular birja tovarlari savdosida zarur vositachilar sifatida ishtirok etdilar. Angliya brokerlik

firmalari katta moliyaviy vositalarga ega bo'lgan yirik kompaniyalarni birlashtiradilar. Ulardan ko'pchiligi Angliya hududida o'z shu'ba jamiyatlari va xorijdagi bo'linmalariga ega.

Brokerlik firmalari import bitim imzolayotgan mamlakatlar uchun katta qulayliklar yaratadi. Bu firmalarning mutaxassisleri yuqori malakaga ega, tovar va bozor holatini yaxshi biladi, etkazib beruvchilar imkoniyatlari va xaridor talablaridan etarli darajada xabardor. Brokerlik firmalari yirik banklar bilan doimiy va mustahkam aloqa bog'laganlar. Bu banklar, o'z navbatida, ularga bitimlarni moliyalashtirish, xaridorlarning kredit to'lovi qobiliyati ustidan topshiriqlar berish imkonini beradi. Ular bozor haqidagi malakali axborotlar, talab xarakteri va miqdori, birja tovarlariga narxlarning manbai hisoblanadi.

Fektorlar

Fektorlar eksport qiluvchi nomidan bir necha vositachilik majburiyatlarini bajaradigan savdo vositachilari hisoblanadilar. Ular nafaqat o'z printsipliari mahsulotlarini eksport qilish bilan shug'ullanadilar, shuningdek, eksport operatsiyalarini ham moliyalashtiradilar (delkrederga taklif etish, ishlab chiqaruvchiga avans to'lash, xaridorlarga kredit berish), eksport kreditlarini sug'urtalaydi, savdo mamlakatida to'lovni inkassatsiya qiladi, xorij agentlarini tanlashda yordam ko'rsatadi. Ularning savdo mamlakatida joylashgan ko'psonli idoralari belgilangan portlarda tovar qabul qilish operatsiyalarini o'z zimmalariga oladilar. Fektorlar to'qimachilik tovarlari, charm va o'rmon mahsulotlari savdosida keng tarqalgan. Ulardan AQSh va harbiy yarim sharlikning boshqa mamlakatlari bozorlarida kichik va o'rta sanoat korxonalari tovarlarining xarakatlanishi uchun foydalaniladi.

Odatda, firmalar komponent savdo vositachilarini izlashga ko'p vaqt va mablag' sarflashadi. Bunda ular xorijiy agentlar, yirik banklar, eksport uyushmalari va boshqalar haqida axborotlarni taqdim etuvchi davlat organlari va tashkilotlari xizmatlaridan foydalanadilar. Yangi bozorda va yangi mahsulotlarni sotishda tovarlarning xarakatlanishidagi firma yutuqlari savdo vositachisini to'g'ri tanlashga

bog'liq. Savdo vositachilarini noto'g'ri tanlash oqibatida bozorga yaxshi o'rnasha olmaslik va kelajakda unga singib ketish imkoniyatini yo'qotish mumkin.

8.4. Zamonaviy sharoitlarda savdo vositachilik faoliyatining xususiyatlari

Savdo-vositachilik zvenosidagi sifatli siljishlarning muhim xususiyati faoliyat doirasi yo'nalishlarini kengaytirish hisoblanadi.

Faoliyat diversifikatsiyasi quyidagilar bo'yicha amalga oshiriladi:

- alohida tovarlar bo'yicha (nomenklatura);
- faoliyat ko'rinishi bo'yicha (ulgurji, chakana, posilka);
- amalga oshirilgan operatsiyalar bo'yicha (eksport, import);
- taklif etilgan xizmatlar bo'yicha (ehtiyot qismlar bilan ta'minlash, texnika va xizmatlar savdosi);
- kelishuvlar xarakteri va vazifalari bo'yicha (distribyutorlar, stokistlar).

Xorijiy faoliyat doirasini kengaytirish natijasida yirik firmalar yuzaga keldi – transmilliy savdo korporatsiyalar (TSK) alohida tovarlar bo'yicha jahon tovar bozorida xukmron firma. Bunday TSKlarga «Chilevich» - charm xomashyosi bozorida (xalqaro savdoning 60%); «Luis Dreyfus», «Kontinental», «Greyn», «Kargil» - don mahsulotlari bozorida; «Anderson Kleyton» - paxta bozorida; «Gudzon bey – Anning Chadvik» momiq-mex tovarlari bozorida; «Istvud end xolt» - gilam va jun bozorida; «MEN» tropik tovarlar bozorida kiradi.

Bu savdo korporatsiyalari o'zida gigant xo'jalik komplekslarini mujassamlashtiradi. Ularning faoliyati doirasiga faqatgina tijorat operatsiyalarini amalga oshirishgina emas, shuningdek ishlab chiqarish faoliyati hamda mahsulotlarni transportirovka qilish va bitimlarni moliyalashtirish kiradi.

Savdo korporatsiyalarida qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotishning roli sezilarli darajada katta. Ular o'z ixtiyorlaridagi muvofiq infratuzilmagagina (shu jumladan, zamonaviy transport vositalari, portlardagi yuklarni saqlash va qayta ishlash quvvati) emas, shuningdek qator mamlakatlar ichki bozoridagi savdo tarmog'iga ham ega. Masalan, kofening 80% import va chakana savdosi AQSHda

to'rt kompaniya bilan nazorat qilinadi. Kakaoning AQSHga 50% importi bir firma «Xershi fudz»ga to'g'ri keladi, kakaoning Shveytsariyaga barcha importini ikki firma «Nestle» va «interfudz» amalga oshiradi.

Shakar savdosi monopollashtirilishi yuqori darajada. Eng yuqori o'rinlar to'rt kompaniyaga to'g'ri keladi: «Koloniel shuger rifayning» (Avstraliya), «Teyd end Layl» (Angliya), «Ameriken shuger» (AQSH), «Greyt Uestern shuger» (AQSH).

Banan jahon savdosining 60% i uch xalqaro savdo korporatsiyasi qo'lida jamlangan – «Yunayted brandz», «Kasl end kuk», «Del Monte».

Savdo korporatsiyalari savdo shartlarini qishloq xo'jaligi tovarlarining yaxlit qatori bilan aniqlaydi va dunyo bozorida xokimlik qiladi. Demak, to'rt TSK kakao poyasi jahon ishlab chiqaruvining 70% ini sotib oladi, olti savdo korporatsiyasi tamaki bargi eksportining 90% ini kuzatadi, o'n besh TSK 90 % paxtani sotib oladi.

Savdo korporatsiyalari tovarlarni eksport uchun tayyorlaydigan, saralaydigan, qayta ishlash ishlarini bajaradigan bir qancha xorijiy shu'ba kompaniyalarning keng zanjiriga ega.

Misol tariqasida don mahsulotlari bilan shug'ullanuvchi TSK lar faoliyatini ko'rib chiqamiz:

«Luis Dreyfus grupp» (asosiy firma Frantsiyada joylashgan) don mahsulotlari, shuningdek o'simlik yog'i, kofe, mollar, go'sht savdosini amalga oshiradi. O'z flotiga ega. 50 ta yuk tashuvchi kemalari bor. Ularning yuk ko'tarish xajmi 1,5 mln. t. Parijdagi «Luis Dreyfus» banki bilan aloqasi bor. Bu bank jahondagi eng yirik xususiy banklardan. AQSHda yirik filialiga ega. Birja operatsiyalarini olib boradi.

«Kontinental Greyn» (AQSH) don mahsulotlari va yog' savdosi bilan shug'ullanadi. Uning ulushiga AQSH don eksportining 20% to'g'ri keladi. Sigir va qushlar uchun ozuqa ishlab chiqarish, qush mahsulotlarini va tuxumni qayta ishlash, non va non-bulochka mahsulotlarini ishlab chiqarish, shuningdek birja savdosi bilan shug'ullanadi. 63 ta filialiga ega, shaxsiy tanker floti va moliyaviy kompaniyasi bor.

«Kargil» (AQSH) don yog' savdosi bilan shug'ullanadi. AQSH, Kanada dehqonlaridan sotib oladi. Kombikormlar ishlab chiqaradi (30 ta zavodi bor). qushchilik bilan ham shug'ullanadi (7 ta kombinati bor). O'simlik moyi, krasitel,

barjlarni qurish, uskunalarni, transport vositalarini, qishloq xo'jaligi texnikasini ijaraga berish bilan shug'ullanadi, o'z flot vagonlariga ega, birjalarda operatsiyalarni amalga oshiradi. 30 dan ortiq mamlakatlarda o'z filiallariga ega.

Uning asosiy xususiyati yirik chakana firmalarni alohida mamlakatlarning xalqaro tovar aylanmasida jiddiy rol o'ynovchi kompaniya faoliyati doirasi bo'yicha xalqaro kompaniyaga aylantirish hisoblanadi. Ular orqali ichki bozorda xorij vositachilarining o'z asosiy xususiyatlarini yo'qotgan mahsulotlari katta miqdorlarda sotiladi.

Chakana savdo bilan shug'ullanuvchi yirik Amerika savdo TSKi «Sirs Robek», «Seyruer storoz», «Penni», «Vulvors» korporatsiyalari hisoblanadi.

«Greyt Yunivesal storz» - Angliya, «Konsum grup» - Shvetsiya, «Estaziatske K⁰» - Daniya korporatsiyalari G'arbiy Evropaning chakana savdoni amalga oshiruvchi yirik savdo korporatsiyalari hisoblanadilar.

«Sirs Robek» yirik Amerika kompaniyasida 500 ming kishidan ko'proq odam ishlaydi. Faqat AQSHning o'zidagina u 300 dan ortiq chakana magazinlariga ega. Bu magazinlarda xorijiy va amerika tovarlari ham bir xil marka ostida chiqariladi. Bundan tashqari, unga Kanadadagi 40 ta magazin, Lotin Amerikasi va G'arbiy Evropadagi o'nlab magazinlar kiradi. Savdodan tashqari, kompaniya keng miqyosdagi ishlab chiqarish faoliyatini ham amalga oshiradi. U qishloq xo'jaligi inventarlarini, maishiy elektr tovarlarni, fota va radio apparaturalarni, muzika asboblarni ishlab chiqaradi.

«Estaziatske K⁰» - Daniya korporatsiyasi dunyoning 20 mamlakatida 81 sanoat korxonasiga ega. «Greyt Universal stroz» angliya yirik chakana firmasi ko'pgina keng iste'mol tovarlarini ishlab chiqaruvchi korxonalariga ega.

Ixtisoslashgan firmalar ichida shartnoma bo'yicha savdogar sifatida ishtirok etuvchi «texnika savdogarlari» juda keng tarqalgan. Ular sotuv narxi ko'rsatilgan etkazib beruvchilar bilan tuzilgan yillik shartnomani imzolash yo'li bilan sanoatga yo'naltirilgan tovarlarni o'z hisoblariga o'zlashtirib, sotadilar. Mahsulotlarni etkazib beruvchining eksport narxidan chegirma hisobiga daromad olib, ularni produtsent kabi narx bo'yicha sotadilar. Bunday vositachilar ularga raqobatdosh tovarlarni

sotishni ta'qiqlaydigan, ularning faoliyatini firma tomonidan hisoblar taqdim etilguniga qadar nazorat qiladigan etkazib beruvchilarga bog'langan bo'ladilar. «Texnika savdogarlari» texnik xizmatlarni taklif etadilar, yangi tovarlarni sinovdan o'tkazadilar, ulardan foydalanish bo'yicha maslahatlar beradilar. Ular mayda xaridorlarga katalogga kiritilgan standart tovarlarni etkazib berishni amalga oshiradilar. Frantsiyada 500 dan ortiq ixtisoslashgan firmalar «texnika savdosi» bilan shug'ullanadilar va 25 % aylanmani import qiladilar. Mashina va uskunalar eksportidagi ularning ulushi 15 % atrofida. AQSHda ixtisoslashgan savdo firmalari – «texnika savdogarlari» sanoat monopoliyasini egallay boshladilar.

Ixtisoslashgan komission firmalarga indent firmalar ham kiradi. Ular xorijiy kontregentlar topshirig'i bo'yicha buyurtmalarni, xaridorga kreditni taklif qilish bo'yicha vositachilikni amalga oshiruvchi firmalar buyurtmalarini bajaradilar, kredit, frax va sug'urtalash bo'yicha risklarni o'z zimmalariga oladilar. Ba'zan ular eksport qiluvchi tomonidan qarama-qarshi qo'yilgan tovarlarning naqd to'lovlarini amalga oshirgan holda xaridorlarni kreditlaydilar.

Zamonaviy sharoitlardagi savdo vositachilik firmalari faoliyatining asosiy xususiyatlari quyidagilar hisoblanadi:

- agentlik firmalari faoliyatini sanoat monopoliyasi bilan bog'lash;
- savdo vositachilarini (barcha ko'rinishlarini) mashina va uskunalar ishlab chiqaruvchilariga bog'lash.

Yaponiya savdo monopoliyalarining xususiyati shundaki, ular tovar muomalasida kuchlilik, xokimlik darajasi, faoliyat xarakteri bo'yicha savdo vositachilik firmalarining oddiy vakillari doirasiga kiradi.

Operatsiya miqyosi bo'yicha ular jahon savdo kompaniyalari orasida o'z tengdoshlariga ega emas. AQSH ning ilg'or savdo korporatsiyasi «Sirs Robek» da birinchi yapon firmasi «Mitsubisi sedzi» kompaniyasiga qaraganda ikki baravar kam aylanma mavjud.

Yaponiyaning 10 ta yirik savdo monopoliyalari ulushiga mamlakat ulgurji savdosining to'rttdan bir qismi eksport-import savdosining yarmidan ko'pi to'g'ri keladi, shu jumladan birinchi olti kompaniya 20% ulgurji savdoda, 40% eksport va

importda. Monopollashtirishning bunday darajasi hech qaysi rivojlangan mamlakatda kuzatilmaydi.

10 ta savdo kompaniyasining savdo summasi Yaponiya YAMM ining 30% ini tashkil etadi. Ular aylanmasidagi tovarlar nomenklaturasi 20 mingdan ortiq bo'lib, u ular faoliyatining universal xarakterliligidan dalolat beradi. Bu kompaniyalar ichida eng ilg'orlari «Mitsubusi», «Mitsui bussan», «Marubeni», «MTO», «Sumitoma» kompaniyalari hisoblanadilar. Ular faoliyati doirasi bo'yicha xalqaro hisoblanadilar va ichki bozordagi ulgurji bitimlar va tashqi savdo operatsiyalari bilan shug'ullunadilar.

Yaponiya tashqi savdosida 10 ta yirik kompaniyada kema va qora metallar eksportiga 50-70 % to'g'ri keladi, 70% temir rudasi, sherst, shakar, 80% import oziq-ovqatga to'g'ri keladi. Ulgurji tovar aylanmasida ularga qora metall va paxta-qog'oz gazlamalarining 70% i, sintetik smola va tabiiy kauchuk to'g'ri keladi.

Yaponiya savdo monopoliyalari xorijiy investitsiyalarda liderlik qiladilar. Buning asosiy sababi ularning moliyaviy guruhlardagi xususiyatlari bo'lib, bu guruhlar orqali u banklar bilan chambarchas bog'lanadi va mamlakatda hamda xorijda tadbirkorlikni tashkil etish bo'yicha bosh savdo organlari va vositachilari sifatida ishtirok etadi.

Moliyaviy guruhga kiruvchi savdo monopoliyalari va savdo kompaniyalari o'rtasida mexnatni aniq taqsimlash yuzaga keldi. Sanoat kompaniyalari asosiy e'tiborlarini shaxsiy ishlab chiqarish rivojlanishiga qaratdilar, tovarlarni sotish, xom ashyo bilan ta'minlash, bozorni o'rganish, korxonani tashkil qilish ishlarini savdo monopoliyalari o'z zimmlariga oladilar.

Savdo kompaniyalari o'z faoliyatlarini moliyalashtiruvchi xususiy va davlat banklari bilan mustahkam aloqaga ega. Ular firmalarga turli xizmatlarni ko'rsatadilar, xususan:

- xorijda ishlab chiqarish korxonalarini yaratishda yordam ko'rsatadilar;
- barcha ob'ektlarni qurish uchun xorijiy buyurtmalarni bajarishda bosh pudratchi sifatida ishtirok etadi;

- yangi texnikalar izlab topishda, yapon va xorijiy firmalari o'rtasida texnik va ishlab chiqarish aloqalarini o'rnatishda vositachilik qiladi;
- xom ashyo xorijiy manbalarini ishlab chiqishda yordam ko'rsatadi.

Yapon savdo monopoliyalari uchinchi tomon o'rtasida savdoni amalga oshirib xalqaro tovar aylanmasiga ham xizmat ko'rsatadi. Janubiy-sharqiy Osiyo mamlakatlari uchun yapon firmalari katta rol o'ynay boshladilar. Ular xorijda bir necha shu'ba savdo kompaniyalariga ega. Olti yirik TSK da 380 dan ortiq kompaniya bor. Faqatgina «Mitsubisi»ning o'zi dunyoning 60 dan ortiq mamlakatidan 115 taga yaqin shu'ba korxonalari va filiallariga ega. Yapon kompaniyalari AQSH da AQSH eksport-import bankining imtiyozli sharoitlarida moliyalashtiriladigan «Mitsui eksport korp» («Mitsui»), «Mitsubisi eksport korp» («Mitsubisi») va «Domestik Interneyshnl seylz Korp» («Marubeni») shu'ba korxonalarini tashkil qildi.

Zamonaviy bosqichning xarakterli xususiyati kichik va o'rta savdo-vositachilik firmalarining franshizm tizimi yo'li bilan yirik sanoat monopoliyalariga bo'ysunishi hisoblanadi.

Zamonaviy sharoitlar uchun rivojlanayotgan mamlakatlarning davlat va xususiy savdo kompaniyalarining xalqaro savdoda keng ishtirok etishi xarakterlidir. Bunday kompaniyalarga, masalan, «Nigeriya savdo korporatsiyasi», «Qishloq xo'jaligi savdosi bo'yicha Zoir milliy byurosi», «Guruch xaridi bo'yicha Indoneziya agentligi», «Shri-Lanka dori vositalari xaridi bo'yicha davlat agentligi», Fil Suyagi Qirg'og'i respublikalaridagi «Kofega narx barqarorligi kassasi», «Braziliya kofe instituti», «Pokiston savdo kompaniyasi» va boshqalarni kiritish mumkin.

Rivojlanayotgan mamlakatlar savdo kompaniyalari mazkur mamlakatdagi tovar eksporti va ishlab chiqarishini tartibga soladi. Savdoni stimallashtirish maqsadida savdo kompaniyalari xorijda bo'linma, savdo idoralari, omborlar yaratadilar.

80-yillarda chakana savdoning firmaga oid tuzilmasi rivojlangan mamlakatlarda bir qancha jiddiy o'zgarishlarga duch keldi.

Bu davrda yirik savdo TMK, kooperativ va boshqa ulgurji – chakana uyushmalar muvaffaqiyatli rivojlandi. Yirik moliyaviy resurslarga ega yirik va

chakana korporatsiyalar ulgurji va bevosita ishlab chiqaruvchi firmalar orqali amalga oshiriladigan xarid faoliyatini markazlashtiradilar. Ular yangi texnik vositalarni qo'llash orqali savdo operatsiyalarining barcha ko'rinishlarini standartlashtiradilar. Qisqa vaqt ichida xaridni amalga oshirishdan manfaatdor xaridorlarni jalb qilish imkonini beruvchi o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi yirik magazinlar – supermarketlarda tovarlarni joylashtirishning oqilona usullarini o'ylab topdilar.

Yirik supermarketlar uchun nooziq-ovqat tovar turlarining ko'pligi xarakterlidir. Ular bu yirik magazinlarning 15-30%i maydonini egallaydilar. Nooziq-ovqat tovarlari 30 % maydonni egallagan supermarketlar «superstrovlar» deb nomlangan. Superstorlar ayniqsa, Angliya, Frantsiya, Germaniyada tez rivojlanmoqda.

Chakana korporatsiyalar doimo xaridorlarni jalb qilishning yangi usullarni qidirib yuradilar, ular bilan doimiy aloqa bo'ladilar, xaridorlar bilan so'rovlar o'tkazadilar, ulardan anketalar to'ldirish yo'li bilan talablari darajasini aniqlaydilar va shular orqali ularning talab va ehtiyojlarini o'rganadilar. Uning shakllanishi uchun yordam beradilar. Ular birqator qo'shimcha xizmatlarni ham o'z zimmalariga oladilar: tovarni uyiga etkazib berish, qaytadan qadoqlash, mebellarni montaj qilish, ishlatilishi kerak bo'lgan mahsulotlarni (xolodilnik, kir yuvish mashinalari, tele- va video priemniklarni) o'rnatish, xariddan keyingi xizmat ko'rsatish va ta'mirlash ishlarini ham bajaradilar. AQSHdagi yirik chakana savdo korporatsiyalariga quyidagilarni kiritish mumkin: «Sirs Robek», «Vulvors», «Montgomeri uorld», Angliyadagi «Mark end Spenser», «Seynsberi», Gollandiyadagi «Brum end Dresman» va «Si end ey».

Zamonaviy sharoitlar uchun savdo sanoat komplekslarini yaratish xarakterlidir. Hzir hr bir savdo firmasi o'ishlab chiqrish korxonasiga va o'z chakana tarmog'iga ega. Angliyaning yirik savdo korporatsiyalaridan biri «Greyd yuniversal stroz» ning 20 ta ishlab chiqarish korxonasi, o'z chakana magazinlariga ega o'nta savdo kompaniyalari bor. «Migro» Shveytsariya korporatsiyasi o'z shaxsiy korxonalarida ishlab chiqargan oziq-ovqat mahsulotlarini 26% ini boshqa mamlakatlarga chiqaradilar. Bu firma shuningdek, nooziq-ovqat mahsulotlarini ham, xususan,

«Migro» tovar belgisi ostida kosmetika, yuviler mahsulotlari, sport inventarlarini ham sotadilar.

Xaridorgir mahsulotlar marketingi savdo korporatsiyalari faoliyatining asosiy vazifasi bo'lib bormoqda. Chunki ular oxirigi iste'molchi bilan bevosita yaqin munosabatda bo'ladilar va doimiy ravishda marketing tadqiqotlarini, tovarlar testini o'tkazib turadilar, o'z qatorlariga kirib borayotgan sanoat firmalarini kuzatib boradilar. Masalan, «Marks end Spenser» Angliya kompaniyasi faqat spetsifika bo'yicha, shaxsiy mutaxassislar tomonidan ishlab chiqilgan tovarlarga buyurtma beradilar. Bu mutaxassislar ularni qayta ishlaydilar va mahsulotlarning yangi turlarni ishlab chiqadilar va yangicha qadoqlaydilar. Agar mahsulot sifati savdo firmalari talabini qondirmasa, u etkazib beruvchilarga qaytarib beriladi. Shartnomalar tovarlari «xaridorlar sinovi» dan o'tgan kompaniyalar bilan imzolanadi. Savdo firmasining marketolog mutaxassislari tovar xarakatining usullari va kanallarini aniqlaydilar. Tovarlarini korxonadan chakana magazingacha etkazib berish jarayonini nazorat qiladilar va shu yo'l bilan tovar xarakati uchun xarajatlarni maqbullashtiradi.

Yirik savdo korporatsiyalari ishlab chiqaruvchilar bilan o'zaro munosabatning shunday shaklini ham qo'llaydilarki, ularda uzoq foydalaniladigan oziq-ovqat va sanoat tovarlari uchun uzoq muddatli shartnomalar tuziladi. (Bu avtomobillarga tegishli emas). Savdo korporatsiyalari o'z mamlakati va xorijiy ishlab chiqaruvchilar tovarlarini xarid qilishlari mumkin.

Savdo korporatsiyalari tovarning yuqori imidjini ta'minlovchi sifatning yuqori darajasiga, yangiliklariga, dizayniga, tashqi ko'rinishining jozibadorligiga va qadog'iga katta ahamiyat beradilar. Moddiy-ashyoviy shakldagi tovarlarga realizatsiya joylarida doimiy reklama uyushtiradilar, xaridorlarga ma'lum muddatga bepul foydalanishlari uchun tovarlarni taklif qiladilar va sotuv sinovini o'tkazadilar (televizorlar, chang yutgichlar, kino- fotoappaturalar). Bu bilan savdo firmalari tovar va unga kelajakdagi talab bo'yicha xaridorlar fikrlarini o'rganish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Savdo firmalari xaridor talablarini sinchiklab o'rganadilar va sotiladigan tovarlarga o'z markalarini qo'yishdan oldin sanoat korxonalari ularning talablarini

qondira oladimi, yo'qmi aniqlaydilar va bu bilan ular o'z nufuzlariga gard yuqishidan saqlaydilar. Tovar markasi bilan mashhur bo'lgan mahsulot o'zi uchun bozorda mustahkam zamin hozirlaydi. Odatda, mashhur markali tovarlarga narxlar unchalik mashhur bo'lmagan markali tovar narxlariga qaraganda 8-10% yuqori bo'ladi.

Keyingi paytlarda tovarlarni bevosita ishlab chiqaruvchilardan katta partiyalarda ulgurji narx bo'yicha sotib oluvchi, keyin uni shaxsiy magazinlar orqali kundalik talabdagi tovarlar nomenklaturasi bo'yicha taklif etiladigan standart narxlarda sotuvchi ulgurji chakana uyushmalari va korporativ uyushmalar katta ahamiyatga ega bo'lib qoldilar. Bunday magazinlar tovar qayta ishlashning texnik vositalari bilan ta'minlangan bo'ladilar va qulay o'tish yo'llariga va to'xtash joylariga egalar. Ularda narxlar savdo korporatsiyalariga tegishli yirik univermaglar va ixtisoslashtirilgan magazinlarga qaraganda 10-20 % arzon.

Iste'mol tovarlariga qo'llash bo'yicha marketing faoliyatining asosiy xususiyatlari darajada ilmiy-texnik yangiliklarning ilg'or yutuqlarini qo'llash orqali savdoni tashkil qilishning yangi uslublaridan foydalanishdan iborat. Bu asosan, bir chakana nuqtada (supermarket yoki univermagda) tavsiya etilgan tovar turlarining kengligi va o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi magazinlarga tegishli. Bunga barcha savdo jarayonlariga kompyuterlashtirishni joriy qilish orqali erishilmoqda. Kompyuterli kassa apparatlarini qo'llash savdo aylanmasini sezilarli tezlashtirish va ma'lumotlarni har kuni olish va buxgalterlik hisobida qayta ishlash imkonini beradi. Avtomat konveyerlar kabi texnika vositalarini magazin ichida qo'llash, tovarlarni qadoqlash uchun avtomatlar, xaridorlarga xaridorlarni qiziqtiruvchi tovarlarning joylashganligi haqida ma'lumot beruvchi avtomat-ma'lumotxonalar, xaridorlarni qavatdan-qavatga tashuvchi ekskolyatorlar ko'p xarajatlarni talab qilardi.

Amerika savdo firmalari chakana savdo tarmoqlariga, xususan, kecha-kunduz ishlaydigan magazinlarga, shuningdek korxonalar va aeroportlarga savdo avtomatlarni keng singdirganlar. Bu avtomatlar orqali tamaki va qandolat mahsulotlari, sovuq ichimliklar, gazeta va jurnallar savdosining ahamiyatli qismi amalga oshiriladi.

Zamonaviy sharoitlarda chakana savdo tashkilotlari katta o'zgarishlarni boshidan kechirdi. Ular iste'molchilar talabidagi sanoat tovarlaridan tashqari, oziq-ovqat mahsulotlarini, turizm bilan bog'liq turli xil xizmatlarni, dam olish xizmatlarini ham o'zlariga mujassamlashtira boshladilar. Mohiyatiga ko'ra, bunday univermaglar yirik savdo markazlariga aylana boshladilar.

Savdo markazlarida, shuningdek supermarketlarda o'z-o'ziga xizmat joriy qilingan: tovarlar bilan ochiq munosatda bo'lish, sotuvchilarning ishtirok etmasligi, xoridorlarni kuzatib turuvchi televizorlar savdo markazlarida supermarketlarga qaraganda ancha yuqori. Modomiki, bu erda kichik partiya tovarlarning alohida xaridorlarga mo'ljallangan yuqori sifatli sifatlilari sotiladi. Savdo markazlarida doimiy ravishda mavsumiy tovarlarni arzonroq sotib tugatish savdosi o'tkaziladi. Unda tovarlar o'zining ilk narxidan ikki baravar past narxda sotiladi.

Zamonaviy sharoitlarda posilka savdosi ham keng rivojlandi. Bunda xaridor firmaning katalogi bo'yicha o'zini qiziqtirgan tovarni tanlaydi va unga buyurtma to'lovni to'lab buyurtma beradi va pochta orqali tovarni oladi. Bu savdo turini yirik chakana korporatsiyalar, ixtisoslashgan posilka firmalari keng qo'llashadi. Ularga Germaniyadagi «Kvelli», «Nekkerman» va boshqalarni kiritish mumkin.

Savdo markazlari savdoga o'z hududlaridagi ixtisoslashgan tovarlarning mayda sotuvchilarini ham jalb qiladilar: savdo markazi maydoniga mayda magazinlarni joylashtirgan holda videotexnika, video- va teleapparat, kompyuterlar, yuviler mahsulotlari bilan ham savdo qiladilar. Savdo markazi hududida ommaviy ovqatlanish mahsulotlarini tayyorlash bilan shug'ullanuvchi yirik firmalarga tegishli tezkor xizmat ko'rsatish nuqtalari ham xizmat ko'rsatadilar (kafe, oshxona, rastalar). Ovqatning qulayligi va yuqori sifatli nafaqat savdo xizmatidan foydalanuvchilarni, shuningdek, uydan tashqarida ovqatlanishni mo'ljallagan barchaning e'tiborini tortishi mumkin.

Yirik chakana firmalari va ulgurji chakana uyushmalar «Franchayze» deb ataluvchi alohida shartnoma shartlarida savdoni amalga oshiradilar. Bunda ular o'z mustaqil mayda savdogarlarning keng tarmog'iga ega bo'ladilar va o'z tovar belgilari orqali tovarlarni sotadilar. Mayda savdogar yirik kompaniyaga savdo qiymatidan 2-

10 % to'laydi. «AQSH»da «Franchayz» tizimi asosida chakana savdo aylanmasining 30% igacha amalga oshiriladi.

Natijada ayrim savdo kompaniyalari o'z tezkor xizmat ko'rsatuvchi korxonlari va kafelari, keng tarmoqli magazinlarga ega yirik kompaniyaga aylanishadi. Masalan, AQSHda yirik aylanmaga erishgan «Makdonalds» firmasi shunday yirik savdogarga aylangan. U Angliyada «Franchayz» sharoitida 165 ta oshxona va tezkor xizmat ko'rsatuvchi kafega ega. Chakana savdoning bunday shaklining keng rivojlanishiga yirik banklarning moliyaviy ko'magi juda katta hissa qo'shgan. Bu banklar «franchayz» sharoitida ishlovchi firmalarga kreditlar beradi.

Iste'molchi talabi asosida yirik sanoat ishlab-chiqaruvchi firmalar ixtisoslashgan o'rta va kichik mustaqil savdogarlar bilan shartnomalar imzolashi hollari ham ko'p uchray boshladi.

Uzoq aloqada bo'lgan sanoat kompaniyalari savdo firmalarini moliyalashtiradi, ularga tijorat kreditlarini taklif etadi, yangi magazin va supermarketlar qurishda ishtirok etadi, ularni zamonaviy texnik vositalar va savdo uskunalari bilan ta'minlaydi, reklama uchun xarajatlarni to'laydi va savdoni stimullashtiradi. Bularning barchasi sanoat firmalarini bozorga yaqinlashtiradi, iste'molchi talabini yaqinroq o'rganishga imkon beradi.

Uzoq muddatli iste'molchi tovarlarini (muzlatgich, kir yuvish mashinasi, chang yutgichlar, televizorlar) ishlab chiqaruvchilar ba'zan umuman oradagi zvenolar – chakana va ulgurji savdogarlar xizmatidan foydalanmaydilar, balki o'z vakillari orqali xaridorlar bilan ularning uylarida turib aloqa o'rnatadilar. Bu amaliyot xaridorlar bilan munosabatning ichki bozor va xorijda amalga oshirilishining faol usulidir.

Ulgurji firmalar savdoda oziq-ovqat mahsulotlari – konservalar va muzlatilgan mahsulotlar, sabzavotlar, baliq va boshqalar jahon bozorda mustahkam o'ringa ega. Ular Yaponiya, AQSH, Belgiya, kabi mamlakatlarda yuqori mexanizatsiyalashgan ombor xo'jaliklariga ega bo'lib, «kesh end kerri» ya'ni «to'la va olib ket» tamoyilidagi magazinlarga xizmat qiladilar va mahsulotlarni unchalik katta bo'lmagan partiyalarda chiqaradilar va naqd sotadilar.

Angliya, Frantsiya, Germaniya, Belgiyada chakana savdogarlar uchun o'z – o'ziga xizmat ko'rsatuvchi yirik ulgurji markazlariga ega «Makro» yirik ulgurji korporatsiyasi o'z filiallariga ega. Bu korporatsiya tovarlar xarakati va ombor zaxiralari haqida, alohida tovarlar bo'yicha tovar aylamasi haqida aniq va tez axborot beruvchi kompyuter texnikasidan foydalanish asosida o'z faoliyatini olib boradi. Bu aylanma tuzilmasi bo'yicha savdo operatsiyalarini tizimli tahlil qilish, filiallar faoliyatini kuzatish, kundalik bozor talabining yuzaga chiqishi imkonini beradi.

Qisqa xulosalar

Savdo-vositachilik operatsiyalari tushunchasi ostida tovarlar oldi-sotdisi bilan bog'liq operatsiyalar tushuniladi. Savdo-vositachilik firmalariga tovarlarni ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilaridan qat'iy nazar, yuridik va xo'jalik munosabatlaridagi firmalar kiradi. Savdo-vositachilik firmalarining afzalligi – eksport qiluvchining tovar realizatsiyasi bilan bog'liq boshqa ko'pgina tashvishlardan ozod qilinishidir. Kamchiliklari - eksport qiluvchi savdo bozori bilan bevosita aloqadan mahrum bo'ladi va butunlay savdo-vositachilari faolligi va vijdonliligiga bog'lanib qoladi. *Qayta sotish bo'yicha operatsiyalari* savdo vositachilarining o'zi nomidan va o'z hisobidan amalga oshiriladi. Bu degani, savdo vositachisi shartnomadagi, eksport qiluvchi va eng so'nggi xaridor bilan bir tomon bo'lib faoliyat yuritadi va tovar to'lovidan keyin uning mulkdoriga aylanadi. *Qayta sotish bo'yicha operatsiyalarning* ikki turi farqlanadi. *Komission operatsiyalari* komissioner deb ataluvchi tomondan komitent deb ataluvchi ikkinchi tomon topshirig'i bo'yicha amalga oshiriladi. Bu bitim birinchi tomon nomidan, lekin ikkinchi tomon hisobiga bajariladi.

Savdodagi agentli operatsiyalar pritsipial deb nomlangan birinchi tomonning ikkinchi, agent (savdo, tijorat) deb nomlanuvchi tomonga bog'liq bo'lmagan holdagi topshiriqlarini, tovarlarni kelishilgan hududda printsipial hisobiga va uning nomidan tovarlar xaridi va oldi-sotdisiga bog'liq aniq va yuridik xarakatlarni bajarishni o'z ichiga oladi.

Brokerlik operatsiyalari vositachi-broker orqali sotuvchi va xaridor o'rtasida aloqa o'rnatadi. Qanday faoliyat bilan shug'ullanayotganligi va kimni tavsiya etishidan qat'iy nazar, broker har doim tor yuridik ma'nodagi vositachi sifatida ishtirok etadi va faqat aniq xodisalarni amalga oshiradi. Broker hech qachon shartnomada tomonlar rolini bajarmaydi. Agentdan farqli ravishda broker vakil bo'la olmaydi, u shartnoma munosabatlarida tomonlarning biri tomonida turmaydi va alohida topshiriqlar asosida faoliyat yuritadi.

Shartnoma bo'yicha savdogarga eksport qiluvchi tovarlarini sotish huquqi berilgan hudud siyosiy birlik (davlat) yoki uning ma'muriy hududlari ko'rsatilishini anglatadi. U *shartnomaviy hudud* deb nomlanadi.

Konsignatsiya shartnomasida konsignant va konsignator tomonlari mavjud bo'ladi. *Konsignant* – shaxs yoki firma bo'lib, omborlardan tovar sotish bo'yicha bitimlarni xorijda amalga oshirish haqida topshiriq beradi. *Konsignator* – shaxs yoki firma bo'lib, omborlardagi tovarlarni o'z nomidan, lekin konsignant xisobiga sotish bo'yicha bitimlarni, topshiriqlarni qabul qiladi va bajaradi.

Operatsiyalarning bajarilish xarakteriga ko'ra savdo-vositachilik firmalarining quyidagi ko'rinishlari farqlanadi: savdo, komission, agentlik, brokerlik, fektorlar. Savdo-vositachilik zvenosidagi sifatli siljishlarning muhim xususiyati bu faoliyat doirasi yo'nalishlarini kengaytirish hisoblanadi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Savdo vositachilik operatsiyalari tushunchasi va uning ko'rinishlari.
2. Qayta sotish bo'yicha operatsiyalar qanday amalga oshiriladi?
3. Komission operatsiyalar qanday amalga oshiriladi?
4. Agentli operatsiyalar qanday amalga oshiriladi?
5. Brokerlik operatsiyalari qanday amalga oshiriladi?
6. Savdo vositachilari orqali amalga oshiriladigan shartnomalarning asosiy tijorat shartlari nimalardrn iborat?
7. Sotish huquqini taklif etish haqida shartnomalar.

8. Konsingatsiya shartnomasi qanday amalga oshiriladi?
9. Agentlik shartnomasi deganda nimani tushunasiz?
10. Savdo vositachilik operatsiyalarining tashkiliy shakllari qanday?
11. Savdo firmalari nima bilan shug'ullanadi?
12. Firma vakilining asosiy vazifalari nimalardan iborat?
13. Brokerlik firmalari qanday vazifalarni amalga oshiradi?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Данильцев А.В.. Международная торговля. Инструменты регулирования. Учебно-практическое пособие. Изд.2-е перераб. М.: Деловая литература, Палеотип, 2004г.
4. Карпухина Е.А.. Международные стратегические альянсы.М.: Дело и Сервис, 2004 г.
5. Под ред. Смитиенко Б.М.. Международные экономические отношения. Учебник. М.: Инфра-М, 2004г.
6. Принципы международных коммерческих договоров. М.: Международные отношения, 2003г.
7. "Экспортно-импортные операции между государствами СНГ", М.: 2001.
8. www.nber.org
9. www.worldbank.org

9- BOB. XALQARO TOVAR BIRJALARI AUKTSIONLARI VA SAVDOLARIDA TIJORAT OPERATSIYALARINI TASHKILLASHTIRISH VA AMALGA OSHIRISH TEXNIKASI

9.1. Xalqaro tovar birjalari, birja savdosining asosiy markazlari va mohiyati

Xalqaro tovar birjalari - bu doimo ishlab turadigan bozorni maxsus turidir. Birjalarda ommaviy xom ashyo va oziq-ovqat tovarlariga oldi-sotdi bitimlari tuziladi. Birjalarda tovarlar taqdim etilmasdan va ko'rilmasdan belgilangan standart va namunalar asosida sotiladi va harid qilinadi.

Bitimlar etkazib berish muddati va sifati qat'iy belgilaydigan namunaviy birja shartnomalari asosida tuziladi. Birjalarda ma'lum tovar partiyalari emas, balki ma'lum sortga, tipga, markaga ega bo'lgan birja tomonidan belgilangan tovar miqdori sotiladi va sotib olinadi. Birjada sotuvchi xaridorga maxsulotni emas, tovarga bo'lgan mulk huquqini tasdiqlovchi xujjatni beradi. Bunday xujjat bo'lib sotuvchi tovarni birja omboriga topshirganligini tasdiqlovchi ombor guvohligi (varrant)bo'lib hisoblanadi. Bu xujjat asosida xaridor birja omboridan tovar olishi mumkin.

Xalqaro birja oborotini ko'p miqdori, real tovarni ta'minotini ko'zda tutmaydigan, fyuchers bitimlari to'g'ri keladi. Fyuchers bitimlari bo'yicha birjani aylanma hajmi yiliga, 5 trln. dollarni tashkil etadi, bu jahon oborotini 60-70 foiziga teng. Fyuchers bozorlarini umumiy soni 150 taga etgan, jumladan, qishloq xo'jalik mahsulotlari bo'yicha 110 ta va sanoat xom ashyosi va yarim fabrikatlar bo'yicha 40ta.

Birjalarda aylanadigan tovarlarni deyarli uchdan ikki qismi qishloq xo'jalik va o'rmon tovarlari xissasiga to'g'ri keladi. To'qimachilik tovarlariga 18,8 foiz, oziq-ovqat tovarlariga 6 foiz to'g'ri keladi.

Qimmatbaho metallar(tilla, kumush, platina, palladiy hissasiga shu guruh tovarlarini 30 foizi to'g'ri keladi. Rangli metallar miqdori 20 foizni tashkil etadi.

Xalqaro birja savdosini asosiy markazlari AQSHda va Angliyada mujassamlangan. Oxirgi yillarda Yaponiya birjalarini roli oshib bormoqda.

AQSHdagi yirik birjalardan biri bo'lib *Chikago bord of treyd* hisoblanadi (uning AQSH bo'yicha bitimlar miqdori 46 foizni tashkil etadi), *Chikago merkentayl ikscheyndj* ham shular qatoriga kiradi (30 foizga yaqin), *Nyu-York tovar birjasi (25 foiz), *Nyu-York paxta birjasi*, *Nyu-York makentayl ikscheyndj*, *Nyu-York kofe va kakao birjasi*.

Angliyadan eng yirik birjalardan bo'lib *London fyuchers va opsiyon birjasi - FOKS* oldingi *Boltik fyuchers ikscheyndj* (Angliyadagi birja sadosining 75 foizini tashkil etadi), London xalqaro neft birjasi hisoblanadi. Yaponiyadagi eng yirik birjalardan bo'lib *Tokio tovar birjasi* hisoblanadi.

Xalqaro tovar birjasiga murojat qiluvchi tovar nomenklaturasi, birja universal yoki mahsuslashtirilgan bo'limiga bog'liqdir. Universal birjalarda keng doiradagi turli xil tovarlar operatsiyalari o'tkaziladi.

Universal birjalarga quyidagilar kiradi:

1. AQSH da:

Chikago bort of treyd - bug'doy, makkajo'xori, tuz, suli va boshqalar;

Chikago merkentayl ikscheyndj - chorva mahsulotlari, kartoshka, tuxum, arralangan binokorlik materiallari, *Mid Amerika kommoditi ikscheyndj Chikago* - qishloq xo'jalik mahsulotlari, tirik mol, qand, kumush, tilla;

Nyu-York paxta, neft va sitruslar birjasi - paxta, yaxlagan apelsin sharbati kontsentrati, neft, propan-gazi.

2. Angliyada:

London fyuchers va auktsion birjasi (FOKS) - kakao, kofe, kauchuk, mazut, neft, o'simlik yog'lari, jun, charm, teri;

*Boltik fyuchers ikscheyndj*dagi – bug'doy, arpa, kartoshka, yirik qoramol, jo'ja go'shti, fraxt shartnomalari.

3. Yaponiyada:

Tokio tovar birjasi - tilla, kumush, platina, kauchuk, paxta ipi, jun ipi. Bundan tashqari universal birjalari bo'lib Sidney va Syangan (Gonkong) birjalari hisoblanadi.

Mahsuslashtirilgan keng yo'nalishdagi birjalarga quyidagilar kiradi.

1. AQSH da:

Nyu-York tovar birjasi - mis, kumush, tilla, alyuminiy, shakar, kofe, jun, apelsin sharbati konsentratlari, shakar, kartoshka, paxta;

Nyu-York kofe, shakar va kakao birjasi;

Don Birjasi (Minneapolisda) – bug'doy, pista urug'i;

Nyu-York merkentayl ikscheyndj - palladiy, platina, dizel yoqilg'isi, benzin, neft, gaz-propan.

2. Angliyada:

London metallar birjasi - mis, qo'rg'oshin, olovo, alyuminiy, rux (tsipk), kumush, nikel.

Tor ixtisoslashgan birjalarga quyidagilar kiradi:

1. AQSH da *Kanzas siti bord of treyd* - bug'doy, arpa, sulini, qora bug'doy.

Vinnipeg birjasi - guruch va zig'ir urug'i.

2. Angliyada:

London jun birjasi - tozalangan jun;

Xalqaro London neft birjasi - dizel yoqilg'isi, mazut, neft.

Tor ixtisoslashgan Yaponiya birjalari xususan, don mahsulotlari (Kobe), shakar, kauchuk, tekstil xom-ashyosi va don mahsulotlari, ipak (Yokagama) va shuningdek rivojlangan mamlakatlardagi birjalar.

Yirik birjalarda va chet el mamlakatlarida savdo quyidagi tovarlar bilan amalga oshiriladi:

Parij - shakar, kakao, kofe;

Amsterdam - kartoshka, kakao;

Rotterdam - kofe, don mahsulotlari, frakt shartnomalari;

Gamburg - kofe;

Antverpen - jun, paxta.

Jahon savdosida ishlash faoliyati va bajarish funktsiyalari jihatidan birjalar xalqaro va milliyga bo'linadi. Xalqaro birjalar muayyan jahon tovarlar bozorlariga xizmat ko'rsatadi. Bunday birjalarni birja operatsiyalarida turli davlatlarning ishbilarmon vakillari qatnashadilar.

Birjalar birja operatsiyalari natijasida olinadigan foydalarni erkin o'tkazib berishni ta'minlashadi; ularda arbitraj operatsiyalari deb ataladigan har xil mamlakatlar birjalarida belgilangan baholar tafovuti (farqi) asosida arbitraj operatsiya deb ataladigan spekulativ foyda olish maqsadida o'tkaziladi. Birjalarni xalqaro xarakteri: ular qaerda joylashgan bo'lsa, mamlakatga mos bo'lgan valyuta, savdo va soliqlar rejimi bilan ta'minlanadi.

Xalqaro birjalar bo'lib quyidagilar hisoblanadilar: AQSH da Chikago va Nyu-Yorkda joylashgan barcha birjalar; Angliyada - London fyuchers va opsiyon birjasi, London metall birjasi; Yaponiyada - jahon bozorida aylanadigan tovar bilan barcha birjalarda amalga oshiriladigan bitimlar.

Regional bozorlariga xizmat qiluvchi birjalar ham xalqaro qatoriga kiradi. Ularda birjani ixtisoslashgan tovarlari bo'yicha bitimlar tuziladi. Bunday birjalarga Londondagi *Boltik fyuchers ikscheyndj*, Vinipegsdagi, Parijdagi, Sidneydagi, Singapurdagi, Syangandagi birjalar kiradi.

9.2.Birja bitimlarini maqsadlari

Birjada ikkita asosiy bitimlar turi tuziladi: mavjud bo'lgan tovarlarga bitimlar va muddatli (shoshilinch-fyuchers) bitimlar.

1. *Mavjud bo'lgan tovarlarga bitimlar.* Sotuvchidan xaridorga xaqiqiy tovar o'tishi bilan ya'ni birja omborlarining birida mavjud bo'ladi va tovarni qabul qilish bilan yakunlanadi.

Bu shuni ma'lum qiladiki, birjada tovar sotgan sotuvchi xaqiqatda tovarga ega bo'lishi va uni shartnomada ko'rsatilgan muddatda etkazib berishi kerak. Mavjud tovarga bitimlar etkazib berish muddatiga ko'ra darhol etkazib beradigan bitimlar va kelajakda etkazib beriladigan bitimlarga bo'linadi.

Darhol etkazib berish bitimlari. Odatdagidek naqd tovarga bo'lgan bitimlar shunday deyiladi. Birjada keng asosda sotiladigan tovar birja omborlarini birida bo'lib, xaridorga bitim tuzishi bilan darhol o'tkazilishi shart (darhol deganda birja qoidasiga ko'ra bu muddat bir kundan 15 kungacha deb tushuniladi).

Kelajakda etkazib beriladigan tovarga bitim deb, muddatga bitim yoki **forward** deyiladi. Ular shartnoma tuzish vaqtida belgilangan narxda mavjud tovarni ta'minlashni ko'zda tutishadi. Bu muddatni uzunligi birja tomonidan belgilanadi. Masalan, Londondagi metallar birjasida barcha metallar uchun ketma-ketlik ta'minlash muddati uch oy (kumush uchun - YABTi oy).

Mavjud bo'lgan tovar sotuvchisi shartnomada ko'rsatilgan, birja qo'mitasi tomonidan tasdiqlangan omborlardan biriga tovar etkazib beradi. Tovar omborga kelgandan keyin birja yoki u tomon vakili bo'lib belgilangan ekspeditorlik firma sotuvchisiga ombor yoki saqlash guvohnomasi (warrant)ni beradi. Bu guvohnoma tovarni boshqaruvchi xujjat bo'lib, uning asosida birjadagi bitimlar va hisob-kitoblar amalga oshiriladi. Sotuvchi warrantni o'z bankida saqlaydi va ta'minlash muddati kelishi bilan tovarni omborda saqlash qiymatini to'lab, uni xaridorga taqdim etishi shart. Xaridor sotuvchining foydasi bo'lgan chek o'rniga warrantlarni oladi.

Kelgusida ta'minlash bitimlariga yo'lda bo'lgan va keyin etib keladigan tovarlarga tuzilgan bitimlar kiradi. Ko'pincha har bir alohida keyingi keltiriladigan tovarni oxirgi ta'minlash navbati kelguncha ko'p marta sotib yuboriladi.

2. *Shoshilinch (fyuchers) bitimlar* mavjud bo'lgan tovar bitimlariga nisbatan mavjud tovarlarni shartnomadagi muddatga binoan ta'minlash va qabul qilishni ko'zda tutmagan holda tovarlarga bo'lgan sotib olish va sotish huquqini mo'ljallaydi (qog'oz bitimlari).

Fyuchers shartnomasi o'zidan-o'zi yo'q bo'lishi mumkin emas. Tuzilgan shartnoma, yoki xuddi shuncha tovarga teng keladigan qarama-qarshi bitim tuzish yo'li bilan yoki shartnomada ko'rsatilgan tovar muddatida ta'minlab berish bilan yo'q qilinishi mumkin. Shoshilinch bitimlarda xaridor sotib olmoqchi bo'lgan qadrli tovarlarni olishga, sotuvchi esa bu tovarlarni berib yuborishni umid qilmaydi. Bunday bitimlarni maqsadi mavjud tovarlarni berib yuborish emas, balki shartnoma tuzilgan

va bajariladigan kunidagi narx o'rtasida farqni olish yoki to'lash bo'lib hisoblanadi. Masalan, sotuvchi yanvar oyida birjada bir partiya misni 1 tonnasiga 960 funt sterling narxida mart oyida etkazib berishni o'z zimmasiga olib sotdi. Agar etkazib berish muddatiga birjada misni narxi oshsa va 1 tonnasiga 965 funt sterling bo'lsa, bunda sotuvchi yutqazgan, xaridor esa yutuvchi hisoblanadi. Sotuvchi yutqazgan tomon sifatida 5 funt sterling, teng farqni qarama-qarshi (ofset) bitim tuzish yo'li bilan to'lash, ya'ni xuddi shuncha tovarni 1 tonnasini 965 funt sterlingdan sotib olishga bitim tuzishi birja terminologiyasiga oid, shartnomani yo'q qilishi kerak. Xaridor, o'z yo'lida, mart oyida ofset bitimini tuzadi, ya'ni xuddi shunday tovar partiyasini 1 tonnasini 965 funt sterlingdan sotishga bitim tuzadi va shu bilan 1 tonnasiga 5 funt sterlingdan yutadi.

Muddat bo'yicha tuzilgan bitimlarda bir tomon yutadi, ikkinchi tomon yutqazadi.

Fyuchers bitimlar birja tomonidan belgilangan tovarni bitta standart turiga tuzilishi mumkin. Bu bazis sharti deyiladi. Past sortli tovar uchun belgilangan norma skidkalari (diskont) asosida va yuqori sortli tovarlar uchun ustama (premiya) asosida hisob qilinadi (birja savdosida paxtani sotish skidkasi *offs*, ustamasi - *ons* termini bilan nomlanadi.

Fyuchers shartnomasi bo'yicha etkazib berish muddati pozitsiya muddati bilan aniqlanadi. Masalan, kauchuk bo'yicha har oyda - oylik pozitsiya, shakar, kakao, misga - uch oylik pozitsiya (standart shartnomasi asosida) belgilanadi.

Fyuchers shartnomalarini tuzishda ikkita asosiy shartlar kelishiladi: narx va pozitsiya (etkazib berish muddati). Barcha boshqa shartlar standart bo'ladi va birja qoidalari bilan aniqlanadi, faqat rangli metallar bo'yicha tovarning miqdori ko'rsatiladi.

Barcha fyuchers shartnomalari mavjud bo'lgan tovar shartnomalariga nisbatan tezda hisob palatasida ro'yxatdan o'tishi kerak (ular har bir birjada bo'ladi). Endi ular bir-biriga nisbatan shartnomaga qo'l qo'yuvchilar bo'lib chiqmaydilar (sotuvchi va xaridor). Ular shuni faqat birja hisob palatasi bilan davom ettiradilar. Har bir tomon ofset bitimini tuzish yo'li bilan fyuchers shartnomasini yo'q qilishi mumkin.

Fyuchers shartnomasini yo'q qilishga hisob palatasiga shartnoma tuzish kunida bo'lgan narx va bugungi narx o'rtasidagi farqni olish yoki to'lashni ko'zlaydi. Bu holat ro'y berilmaganida sotuvchi mavjud bo'lgan tovarni etkazib berishi mumkin, xaridor esa uni shu birja belgilagan qoidolari asosidagi shartlarda qabul qilib olishi kerak va birjani hisob palatasiga broker orqali shoshilinch pozitsiya vaqti kelmasdan 5-6 birja kunidan oldin o'zining mavjud bo'lgan tovarini topshirish hohishi xaqida xabarnoma yuborishi kerak (xabarnoma AQSHda - *notis*, Angiliyada - *tender* deb ataladi).

Hisob palatasi bu to'g'rida xaridorlarga ma'lum qiladi. Shartnoma bo'yicha mavjud bo'lgan tovarni qabul qilmoqchi bo'lgan xaridor sotuvchi foydasiga yozilgan chek o'rniga ombor guvohnomasini oladi.

Fyuchers shartnomalarini 2 foizdan kamrog'i shunday yakullanadi.

Birja ishtirokchilari bitimlarni tuzishda quyidagi mahsadlarni ko'zda tutadi: real tovarlarni sotib olish va sotish, spekuliyativ va sug'urta operatsiyalarini amalga oshirish. Tovarlarini sotib olish va sotish va spekuliyativ operatsiyalarini amalga oshirish maqsadlari shulardan iborat. Bundan tashqari, fyuchers bitimlari real tovarga bitim tuzishda bozor narxlarini o'zgarish holatida vujudga keladigan yo'qotishlardan sug'urta qilish uchun qo'llaniladi. Xedjirlashtirish mexanizmi bozor narxlarini real tovarga va narxlarni fyucherslarga o'zgarishi o'zining o'lchami va yo'nalishi bir xillikda asoslangan. Xaqiqatda esa, bu narxlar har doim bir xil emas, lekin ularni tebratish chegarasi deyarli bir xil. Real tovarning shartnoma narxi va fyuchers shartnoma narxi o'rtasidagi farqi xedjer deb ataladi.

Spekuliyativ (quruq muhokamaga asoslangan) va xedjer bitimlari hozirgi shartnomada muhim tovar birjalarining asosiy qismini tashkil etadi. Masalan, London metall birjasida xedjer operatsiyalariga 50-60 foiz va spekuliyativ bitimlarga 25-40 foiz to'g'ri keladi.

Fyuchers bitimlari real tovarlar sotib olish bitimlarini shu tovarga bozordagi narxlarni o'zgarishi bilan bog'liq bo'ladigan zararlardan sug'urtalaydi. Bunda sug'urtalash printsipi: agar bitimda bir tomondan real tovarning sotuvchisi sifatida yo'qotsa, ikkinchi tomondan u xuddi shu tovar miqdoriga fyuchers sotib olishda

yutadi. Shuning uchun real tovar xaridori xujjatlashtirishni sotuv bilan amalga oshiradi, real tovar sotuvchisi esa sotib olish bilan xujjatlashtiradi.

Tovar birjalarining vazifalari, tashkiliy tuzilishi va mahsadlari

Tashkil etish printsiplari bo'yicha tovar birjalari ikki tipga bo'linadi: ochiq-huquqiy (publichno-pravovoy) va xususiy-huquqiy xarakterga ega birjalar.

Ochiq-huquqiy xarakterga ega bo'lgan birjalar davlat nazorati ostida bo'ladi va birjalar haqidagi qonun asosida tashkil etiladi. Bunday birjaning a'zosi savdo reestriga kiritilgan va ma'lum aylanma mablag'ga ega bo'lgan shu joyning hohlagan tadbirkori bo'lishi mumkin. Bunday birjalar Frantsiya, Belgiya, Gollandiya va Evropa kontinentining boshqa mamlakatlarida tarqalgan. Bunday birjalarga birja a'zosi bo'lmagan bir martalik chiptaga ega bo'lgan shaxslar operatsiyalarni bajarishga (bitimlar tuzishga) qo'yilishi mumkin.

Xususiy-huquqiy xarakterga ega bo'lgan birjalarga don, paxta, kauchuk, rangli metallar, bo'yicha ingliz va amerika birjalarning ko'p qismi kiradi. Bu birjalarga birja korporatsiyasiga a'zo bo'lgan tor chegaralangan shaxslar birja bitimlarini tuzish huquqiga ega. Birja ustavida ko'rsatilgan asosiy kapital **birja sertifikatlaridan** iborat. Birja ustavida ko'rsatilgan asosiy kapital paylar soniga bo'linadi yoki ular **birja sertifikatlari** deyiladi. Har bir a'zo, bitim tuzish huquqini beradigan bunday sertifikatni hech bo'lmaganda bittasiga ega bo'lishi kerak.

Birja o'z nomidan umuman korporatsiya sifatida hech qanday oldi - sotdi bitimini tuzmaydi. Bitimlarni tuzish birja tovarlariga oldi-sotdi bitimlarini tuzishda professional vositachi (brokerlarni) rolini o'ynaydigan birja a'zolarining vazifasi bo'lib xisoblanadi. Birja a'zolari bo'lmaganlar, birja a'zolari bo'lgan brokerlar orqali bitimlarni tuzishlari mumkin. Birjalarda narxlar birja a'zolari o'rtasidagi talab va taklifni ochiq to'qnashuvi yo'li bilan belgilanadi.

Birja majburiyatlariga, o'zining sotuvchi a'zolariga operatsiyalarni o'tkazishda, **fizikaviy** vositalarni taqdim etish kiradi, ya'ni: birja savdosini o'tkazish uchun ajratilgan maxsus joyli xona - **chuqurlik** (pit) yoki pol (flat) bilan

chambar (ring) , telefon budka va brokerlar uchun teletayplar va aloqani boshqa vositalari bilan o'z birja a'zolari sonidan boshqaruvchi raisni va birja sessiyalarini o'tkazish uchun klerklarni ajratadi.

Birja sessiyalari davrida (ishlash soatlarida) uni a'zolari *chambar*ga (koltsoqa) yoki *chuqurlik*da yiqilib namunaviy shartnoma shartlarida o'z tovarning har xil pozitsiyalariga taklif va shartnomalar bilan almashishadi. Birja a'zolari o'z hisoblariga belgilangan stavka asosida olinadigan ma'lum mukofot (brohrage) uchun ham broker sifatida oldi-sotdi bitimlarini tuzishadi.

Har bir birja o'zining qattiq ma'lum qoidalariga (Rules) va shu sharoitlardan barcha kelib chiquvchi bitimlarni tuzish tartibini aniqlab beruvchi boshqaruvga ega. Birjalar ularning faoliyatini nazorat qiladigan va tartibga soladigan mos tovarlar bo'yicha sotuvchi assosatsiyalari tomonidan tashkil etilgan.

Tovar birjalari uchta asosiy maqsadda qo'llaniladi: real tovarni oldi-sotdisi, chayqovchilik, xedjerlashtirish (straxovanie). Birjalar qator qo'shimcha vazifalarni ham bajaradilar: narxlarni belgilashni (kotirovka) amalga oshiradi; birja tovarlariga standartlarni belgilaydi, namunaviy shartnomalarni tuzishadi, savdo urf-odatlarini qayd qiladi; arbitraj funktsiyalarini bajaradi; tugatish kassalari va hisob-kitob palatalari orqali birja a'zolari o'rtasidagi hisobotlarni amalga oshiradi, ma'lumot faoliyati bilan shug'ullanadi va klientlariga har xil xizmatlar ko'rsatadi.

Yuqorida qayd qilib o'tilgan birja vazifalarini ichida narxlar belgilash (kotirovanie) katta ahamiyatga ega. U yozib borishdan va narxlarni chop etishdan iborat. Narxlarni belgilash o'z a'zolaridan bittasining ostida birja qo'mitasi tomonidan har doimgidek belgilangan raislik qiladigan mahsus organ bo'lganda kotirovkalash komissiyasi amalga oshiriladi. Belgilash komissiyasiga tarmoqli monopolistlaridan va yirik birjalaridan vakil bo'lgan broker va maklerlar kiradi. Birja kotirovkalari - bozor haqida fikrlashni asosiy ko'rsatkichidir. Shuning uchun, kotirovka qalbaki bitimlar tuzishdan foydalanadigan ham kotirovkalash komissiyasi tomonidan ham birjalar qalbakilashtirish ob'ektiga aylanib qolishi mumkin.

Kotirovkalash komissiyalari birja anjumani tugashi bilan yig'ilishadi va o'tgan kunni narxlarini yozib olishadi.

Birja narxlarini kotirovkalash har xil shaklda bo'lishi mumkin, xususan: narxni xarakteri bo'yicha - tuzilgan bitimlarni narxlari, sotuvchilar narxi, xaridorlar narxlari; bitimlarni vujudga kelish momentiga - bitimlar ochilish paytidagi narxlar, birja anjumani o'rtasidagi narxlar, birja yopilish paytidagi narxlar.

Tovarlarni standartlarini belgilash, namunaviy shartnomalar tuzish va savdo urf-odatlarini yozib borish asosan shoshilinch birjalarni muhim vazifalari bo'lib hisoblanadi.

Birja tovarlarni aylanayotgan sortlaridan qaysi birlari shoshilinch bitimga qo'yilishi va qaysi sortlari bu bitimlar bo'yicha topshirilishi mumkinligini belgilab beradi. Qator birjalar tovar markasini o'zini standartlarini belgilaydilar. Ayrim birjalar namunaviy shartnomalar tuzishadi, ular ham birja ichidagi, ham birja tashqarisidagi savdoga qo'yiladi.

Birjaning arbitraj vazifalari ularning kontragentlari va birja a'zolari o'rtasidagi yoki birja a'zolari o'zlarining o'rtalaridagi bahslarni hal qilishda muhim ahamiyatga ega.

Ko'p birjalar qoshida doimiy ishlaydigan treteysk sudlari (arbitraj komissiyalar) tashkil etilgan. Ularning echimlari majburiy bo'lib qoladi va ko'pincha sud echimlari kuchiga ega bo'ladi. Agar arbitrlar o'rtasida kelishmovchiliklar bo'lsa, birja tomonidan superarbitr tayinlanadi.

Har bir birja qoshida hisoblash palatalari yoki yo'qotish kassalari mavjud. Ular birja a'zolari o'rtasidagi naqd pulsiz hisob-kitobni amalga oshiradilar va birjada tuziladigan barcha shoshilinch bitimlarni ro'yxatdan o'tkazadilar.

Ayrim xolatlarda hisoblash palatalari birja tarkibiga kirmasdan faqat uning qoshida mustaqil jamiyatlar bo'lib kiritiladilar. Masalan, Nyu-York paxta birjasida bu funktsiyalarni mahsus tashkilotlar *Nyu-York kotton iskcheyndj kliring assosieyshn* bajaradi, ammo bu bilan ishni ma'nosi o'zgarmaydi, chunki bu assotsiatsiya a'zolari paxta birjasining a'zolari bo'lib hisoblanadi.

Hisoblash palatasi ma'lum vaqt oralab, shu davrga to'g'ri keladigan tovar keltirish bilan bungacha barcha tuzilgan va yo'q qilingan shoshilinch bitimlarni qayta hisobini amalga oshiradi. Har bir shartnoma sotuvchi va xaridorlar o'rtasidagi

birinchi qayta hisobida yutgan tomonga qayta hisob kunidan shartnoma qiymatini va uni tuzish davridagi shartnoma qiymati o'rtasidagi farqini to'laydi. Qayta hisob qilish jarayonida, hisob palatasi har bir birja a'zosini moliyaviy holatini aniqlaydi.

Fyuchers shartnomalarini tuzishda ham xaridordan, ham sotuvchidan brokerga *marjin*(margin) deb ataydigan pul miqdorini to'lash talab qilinadi.

Birja qo'mitasi qayta hisob kunlaridan keyin, yutqazgan firmalar (shaxslar) hisoblash palatasiga pul topshirishi kerak va yutgan firmalar (shaxslar) ularga tegishli mukofotlarni olish kunlarini belgilaydi.

Birjalar ma'lumot faoliyati o'z a'zolariga har xil axborot materiallarini taqdim etish yo'li bilan amalga oshiriladi. Eng avval birjalar birja zalidan telegraf ma'lumotlari bilan ta'minlaydi. Shu bilan birga ma'lum bozorning konyunkturasi bilan tanishtiradigan har xil ma'lumotlar yig'iladi va chop etiladi (eksport va import statistikasi, ushbu tovarni ishlab chiqarilishi va iste'moli, uni zahiralari). Bunday ma'lumotlar har kungi byulletenlarda, davriy ma'lumotlar va spravochniklarda chiqadi.

9.2. Xalqaro auksionlarning mohiyati va uning savdo markazlari

Xalqaro tovar auksion savdolari (inglizcha - auction; frantsuzcha - vente auxencheres; nem. - Auktion) bu maxsus tashkil qilingan, vaqti-vaqti bilan ma'lum joylarda faoliyat ko'rsatadigan bozorlardir. Bunday savdolar ommaviy xolda oldindan ma'qullangan vaqtda va maxsus belgilangan joyda amalga oshiriladi. Shu bilan birga bu savdolarida xaridor tovarni oldindan ko'rgan va shu tovar uchun eng yuqori narx taklif qilgan, tovar to'la-to'kis uning mulkiga aylanadi. Auksion savdolarida oddiy emas, balki qandaydir xususiyatlarga ega bo'lgan tovarlar sotiladi.

Bu bir xil nomdagi tovar partiyalari almashuvini istisno etadi, chunki bu tovarlar (ta'mi, tashqi ko'rinishi, sifati va x.k.) orqali turli xususiyatlarga ega bo'lishi mumkin. Shuning uchun ham xaridorlar tovarni kim-oshdi savdolaridan oldin ko'rib yoki degustatsiya qilib savdoga qo'ygan bo'lishi kerak. Oldindan yaxshilab ko'rib olish - bu kim-oshdi savdolarining majburiyat shartlaridan biri hisoblanadi, chunki savdodan so'ng na kim-oshdi savdo tashkilotchilari na sotuvchilari tovarga bo'lgan

xech qanday tovar sifati xaqidagi da'volarni qabul qilmaydilar (ko'rinmaydigan kamchiliklardan tashqari).

Asosiy xalqaro auksion savdosining tovarlari bo'lib mo'yna tovarlari, (xom-ashyo va qayta ishlangan holda), jun, choy, tamaki, sabzavotlar, xo'l-mevalar, gullar, baliq, tropik o'rmon mahsulotlari, qora mol (asosan otlar) hisoblanadi. Xalqaro bozorda choy, tamaki, jun kabi tovarlar uchun auksion muhim savdo qilish shakli bo'lib hisoblanadi. Masalan, AQSH va Kanada auksion savdolari orqali shu mamlakatlarda sotiladigan mo'yna mahsulotlarini 70 foizi, Daniyada – 90 foizi, Shvetsiya va Norvegiyada 95 foizga yaqini sotiladi. Auksion savdolari orqali dunyodagi sotiladigan choylarning 70 foizi junni 90-95 foizi sotiladi. Har bir auksion tovari o'z ma'lum savdo markaziga ega bo'ladi. Dunyoning 150dan ortiq auksion savdolarida mo'yna mahsulotlari savdosi amalga oshiriladi. Norka savdosi bo'yicha Nyu-York, Monreal, London, Kopengagen, Oslo, Stokgolm, Sank-Peterburg auksion markazlari asosiy o'rin tutadi. Ohirgi yillarda shuni kuzatish mumkinki, norka savdosi hajmi Skandinaviya auksionlarida oshgan bo'lsa, Nyu-York va Londonda pasayishi kuzatildi. Asosiy qora ko'l savdosi bo'yicha London va Sank-Peterburg kim-oshdi markazlari hisoblanadi. London va Sank-peterburg kim-oshdi savdolarida Janubiy-Afrika qora-ko'li yaxshi nom olgan. Boshqa shu kabi mahsulotlar savdosi markazi bo'lib Leyptsig hisoblanadi. Tulki mo'ynasi, sobol, olmaxon, ondatra va xokazolar Sank-Peterburg kim-oshdi savdolarida katta shuhrat qozongan. Mayin va yumshoq mo'ynalar savdosi kengaygan Oslo, London kim-oshdi markazlarida amalga oshiriladi, quyon terisi bo'yicha esa London, Germaniya, Italiya, Frantsiya, Gonkong, Janubiy Koreya va Yaponiyada ham kim-oshdi savdolari keng tarqalgan, lekin mo'yna va tulkilar savdosida ularning ulushi juda katta emas.

Oshirilmagan jun savdosi bo'yicha eng asosiy kim-oshdi markazlari London, Liverpul, Keyptaun, Melburn, Sidney (Avstraliya), Vellington hisoblanadi.

Jahon bozorida kim-oshdi savdosi orqali yuqorida aytilgan markazlarda oshirilmagan jun xajmining 75-80 foizi sotiladi.

Eng asosiy gilam jungi bilan savdo qiluvchi kim-oshdi markazlaridan bo'lib Liverpul hisoblanadi, ular asosan Hind va Pokiston junlari bilan savdo qiladilar. Shu

bilan birga Liverpoolda echki juni ham sotiladi. Kim-oshdi savdolarida choy bilan savdo qilishda uning ishlab chiqarilgan choyi muhim ahamiyatga ega. Misol uchun Xindiston Kalkutta va Kochindagi kim-oshdi savdosi orqali eksport qilinayotgan choyni 70 foizga yaqini va London auktsionlari orqali 30 foizini sotadi.

Shri Lanka 70 foiz chiqariladigan choyini Kolombo auktsionlari va 30 foizini London auktsionlari orqali sotadi. Indoneziya esa choylar-ni London, Gamburg va Antverpen orqali o'tkazadi. Afrika davlatlari eksport qilinayotgan choyning asosiy qismini Nayrobi (Keniya) va Malavi auktsionlari orqali sotadi. Masalan, Nayrobi kim-oshdi bozorlari orqali keniya choyining 85-90 foizi sotiladi. Xuddi shu bozorlarda Tanzaniya, Uganda, ba'zida esa Kongo, Mavrikiya, Rodeziya va Mazombik choylari ham sotilib turadi.

Jahon miqyosida tarqalgan mashxur Singapurdagi choy auktsioni o'ziga juda ko'p davlatlarni jalb etgan, ular: AQSH, Yaponiya, Avstraliya, Xitoy kabi davlatlar firmalaridir.

Eng muhim tamaki savdosi bilan shug'ullanuvchi auktsion markazlari bo'lib, Nyu-York, Amsterdam, Bremen, Lusaka (Zambiya), Limba (Malavi), kabilar hisoblanadi, gullar bilan - Amsterdam, sabzavot va mevalar bilan - Antverpen va Amsterdam, baliq bilan – AQSH va G'arbiy Evropa davlatlari portlari (Islandiya va Norvegiyadan tashqari), otlar bilan - Dovil (Frantsiya), London va Moskva shug'ullanadilar.

Xalqaro auktsionlarni o'tkazish texnikasi

Tovarlarning turlariga qarab auktsionlar o'ziga xos xususiyatlarga ega va ular birinchi navbatda tovarning xarakteriga qarab aniqlanadi. Biroq auktsionlar o'tkazish tartibi deyarli o'xshash. Ular to'rtta bosqichga bo'linadi va shu bosqichlar orqali farqlanadi: auktsionlarga tayyorgarlik, tovarlarni ko'rib chiqish, auktsionlar savdosi, auktsion bitimini rasmiylashtirish va bajarish.

Tayyorgarlik, misol uchun, mo'yna auktsioniga 2-3 oy oldin tayyorgarlik ko'riladi. Auktsionda o'z mo'ynasini sotmoqchi bo'lgan odam auktsion omborlariga mo'ynasini jo'natadi. So'ngra auktsion kompaniyasining mutaxassislari mo'ynasini sortlarga va bir xil sifat xususiyatlariga ko'ra ajratadilar.

Saralangan tovar partiyalarga bo'linadi va u lota deb ataladi. Lotalarga sifati bir xil bo'lgan tovarlar tanlanadi: terilar qanchalik qimmat bo'lsa, ularni soni lotada kamroq bo'ladi.

Tovarlarni *ko'rib chiqish*, bu auksion bosqichlarining ikkinchisi bo'lib, u ko'pincha 10 kun yoki bir hafta oldin bajariladi. Ko'rib chiqish kunlari auksion kollektisiyasidagi tovarlar hajmiga emas, balki uning o'tkazilish tartibiga bog'liqdir. Ko'rib chiqish vaqtini qisqartirish tashqi omillar, ya'ni auksion ko'rib chiqish zalining jihozlari bilan ta'minlanganligi, uning yorug bo'lishi, mo'ynalarni osish uchun qulay bo'lgan ilgichlarni mavjud bo'lishi, maxsus ko'rib chiqish stollari, yoritish lampalari bilan ta'minlanganligi va hokazolar ta'sir etadi. Ko'rib chiqish yuqorida aytib o'tilgandek shartli ravishda amalga oshiriladi. Xaridor namunalarni ko'rib chiqadi va kerak bo'lgan lotalarni sotib oladi.

Xaridor nafaqat namuna bilan, balki butun lota bilan tanishishi mumkin, lekin u ko'pincha kim-oshdi savdosi tashkilotchilariga ishonganligi tufayli bu ishni qilmaydi. Bundan istisno qimmatbaho terilardir, ularni xaridor lotada har bittasini ko'rib chiqadi.

Choy va tamaki kim-oshdi savdosida xaridor tanlagan namunalarni tekshirib chiqadi. Bundan tashqari, xaridor unga yoqqan namunalarni ko'pincha tekshiruv uchun olib qolishi mumkin.

Auksion savdosi kim oshdi savdosining uchinchi pog'onasidir. U ma'lum bir kun va soatda amfiteatrda o'xshagan kim-oshdi zalida ochiladi. Tepalikda, stol atrofida xaridorlar oldida auksionning prezidiumi - auksionator, ya'ni savdoni olib boruvchi va xaridorlar xulqini kuzatuvchi savdoda ishtirok etayotgan yordamchilari joylashadi. Stol ustida sotuvchiga taklif qilinayotgan lotalarning ketma-ket raqamlarini ko'rsatuvchi tablo turadi. Xaridorlar amfiteatr shaklida alohida joylashgan stollar atrofida o'tiradilar. Har bir xaridorning oldida auksion tashkilotchilari tomonidan ro'yxatlashtirilgan raqami turadi.

Kim-oshdi savdosi texnikasi quyidagicha bo'ladi. Auksion olib boruvchi navbatdagi lotalar partiyasi raqamini o'qiydi va shu bilan birga tabloda aytilgan raqam paydo bo'ladi. Boshqaruvchi tovarning bosh narxini aytib o'tadi. Agar

xaridorning birontasi bu tovarni sotib olishni hohlamasa unda olib boruvchi tovar narxini pog'onama-pog'ona xaridor topilmaganiga tushuradi. Agar biron bir xaridor yoki bir nechta xaridor sotib olish xoxishini namoish etsa, unda boshqaruvchi narxni ko'taradi. Savdo boshlanadi. Xaridor ishora qiladi, olib boruvchi narxni ko'taradi.

Agar kim-oshdi savdosi olib boruvchining *kim ko'proq* (Any morei *Anu advancei*) degan savolidan keyin yangi takliflar chiqmasa, unda olib boruvchi bolg'ani urib ushbu tovarning sotilgani xaqida xabar beradi.

Kelishmovchilik xollarida auksion boshliqlari hohlagan lotani sotish huquqiga egadir. Barcha davolar navbatdagi lota sotilishidan oldin aytilishi kerak.

Auksion boshliqlari har qanday lotani sababini tushuntirmasdan, sotuvdan olib tashlashi mumkin. Barcha lotalar sotilgandan so'ng, sotilmagan lotalar savdoga qo'yilishi mumkin.

Auksion savdosi tezligi juda yuqori va bitta lota-partiyasini sotishga 30 sekund vaqt ketadi. Shunday qilib 1 soat ichida 300 lota sotilishi mumkin. Sank-Peterburg auksionlarida 9 soat ichida 1 ming teri sotilishi mumkin.

Boshqa tovarlar auksionlarning o'tkazilishi mo'yna auksionlaridan deyarli farq qilmaydi. Shu bilan birga ba'zi auksionlarda auksion o'tkazishning boshqa usullari ham ishlatiladi. Ko'pincha ko'tarish usulidan foydalaniladi, bunda olib boruvchi tovarning boshlang'ich narxini imkoni boricha yuqori narxga chiqarishga intiladi va bu narxda bitim amalga oshadi. Ba'zi davlatlarda auksionlarda narx tushunchalari usulidan keng foydalaniladi. Bu auksionlar *Gollandiya* auksionlari degan nomni qo'lga kiritadi. Bu turning mohiyati quyidagicha: bunda olib boruvchi tovarga bo'lgan eng maksimal narxni aytadi va keyinchalik xaridor topilmaganiga qadar tovar narxini tushiradi. Birinchi xaridordan keyin xabar berilgan sotib oluvchi hisobga kirmaydi. Xaridor raqamini yozib olgandan so'ng auksionator siferblatni o'chiradi va keyingi lotani sotilishiga o'tadi. Ushbu tur auksion savdosi sur'atini soatiga 600 lotagacha sotish imkoniyatini beradi. Bunday tizim ko'pincha sabzavot va mevalar, baliqlar auksionida qo'llaniladi.

Auktsionning oxirgi bosqichi - bu auktsion bitimlarini tuzish va rasmiylashtirish va tovarni xaridorga topshirish. Auktsion o'tkazish paytida yoki ertasiga auktsion ma'muriyati xaridorga sotib olingan tovarga shartnomani topshiradi.

9.3.Xalqaro savdolarning tushunchasi, ahamiyati, turlari va ularni o'tkazish tartibi

Xalqaro savdo - bu tovarlar sotib olish usuli, ma'lum bir tovarga bir qancha vositachilar yoki turli davlatlar buyurtmachilari oldindan belgilangan taklif muddati va savdo tashkilotchilarga qulay vositachilar bilan shartnoma tuzish. Hozirgi zamon sharoitida savdolar keng tarqalmoqda, ular shartnoma tuzish uchun kontragentlarni topish va tanlashda asbob-uskuna sotib olish, qurilish ob'ektlarini (pod klyuch) tayyor holda topshirishda muhim rol o'ynaydi.

Rivojlanayotgan davlatlarda savdolar ko'pincha sotib olish usuli sifatida qo'llanadi. Asbob-uskunalar savdosi o'tkazilishining 80 foizi rivojlanayotgan davlatlar zimmasiga to'g'ri keladi.

Birma va Misr davlatlari tashqi savdoda davlat monopoliyasiga ega va deyarli barcha import tovarlari va unga tegishli operatsiyalar savdolar orqali amalga oshiriladi. Lotin Amerikasining ko'pgina davlatlarida, masalan, Urugvayda sotib olish, ommaviy ishlarni bajarish ham savdolar orqali amalga oshiriladi. Sotib olishning bu shaklini Hindiston, Pokiston, Eron, Iroq, Shri-Lanka kabi davlatlar ham keng qo'llaydilar. Barcha rivojlangan davlatlarda import tovarlari savdosi 20 dan – 40 foizgacha ko'proq davlat tashkilotlari tomonidan amalga oshiriladi.

O'zining o'tkazilishi uslubiga qarab savdolar:

- ochiq savdolar;
- yopiq savdolar bo'ladi.

Ochiq savdolarda ishtirok etishga chet davlatlarning barcha hohlovchi firmalari jalb qilinadi. Ko'pincha ochiq savdolarga standart va universal larga bo'lgan buyurtmalar joylashtiriladi.

Yopiq savdolarda ishtirok etishga faqatgina taklifnoma yuborilgan firmalar xaqli. Yopiq savdolarga noyob, murakkab va maxsus larga bo'lgan buyurtmalar joylashtiriladi.

Uskunalar savdosi amaliyotida ba'zida yakka savdolar ham uchrab turadi. Ularning tashkilotchilari savdolarning tashqi shakli nazoratida turib, shu davlatning qoidalaridan chetga chiqmay raqobatchilardan biror firmaga murojaat qilgan xolda o'tkazish. Yakka savdolar faqat uskuna yoki boshqa tovarlar bitta firma-monopolistdangina bo'lsa o'tkazilishi mumkin va davlat tashkilotlari uchun esa oddiy shartnomani tuzilishi shu mamlakatning qonunlari tomonidan man etiladi.

Savdolarning turiga qarab savdolar bo'lish xaqidagi axborotlar har xil qilib ko'rsatiladi. Ochiq savdolarni o'tkazishda rasmiy davlat organlari matbuotida e'lonlar beriladi. E'londa savdolar xaqidagi barcha kerakli ma'lumotlar to'plangan xujjatlar, chizmalar, spetsifikatsiyasi, olinadigan shartlari ko'rsatilgan bo'ladi. Bunday e'lonlar savdolar o'tkazilishdan 1-2 oy oldin beriladi. Yirik savdolar bo'yicha e'lonlar 2-3 oy oldin e'lon qilinadi. O'tkaziladigan ochiq savdolar xaqidagi axborotlar milliy manbalardan tashqari rivojlangan mamlakatlar iqtisodiy axborot manbalarida ham chop etiladi. Chet el manbalarida firma-eksportchilarining bunga tayyorgarligi cho'zilishi mumkinligi tufayli ma'lumotlar ancha oldindan beriladi.

Yopiq savdolarida axborot tarqalish tartibi boshqacha. Bundagi axborotlar shu sohada katta obro'ga ega bo'lgan yoki oldingi savdolardagi buyurtmalar savdolar tashkilotchilariga yaxshi tanish bo'lgan firmalargagina tarqatiladi.

Ko'pchilik rivojlangan davlatlardagi savdolar o'tkazish tartibi va shartlari o'xshash. Lekin, ba'zan qonunlardan tashqari davlatning milliy urf-odatlar bilan bog'liq tartiblari mavjud. Bir qator davlatlarda savdolar o'tkazishning tartib va shartlariga qonunlar chiqarilgan. Savdolar e'lon qilingan joyda o'tkaziladi lekin, tashkilotchilar tomonidan boshqa davlatlarda ham o'tkazilishi mumkin.

Savdolarni o'tkazishda bir qancha bosqichlar mavjud: savdolarga tayyorgarlik; savdolar ishtirokchilari beradigan takliflarni qabul qilish; etkazib beruvchini tanlash.

Savdolariga tayyorgarlik - tender xujjatlari deb nomlangan savdolarini tijorat va texnik shartlarini ishlab chiqish va savdo ishtirokchilarini ular bilan tanishtirishdan iborat.

Importchi tashkilotchi va buyurtmachi sifatida chiqadi. Tender qonunlari asosida tender turi va shaklini ularning to'ldirilishini, muddatini, e'lon qilingan kundan boshlab berilgan takliflarni baholash toifasini va savdolarida yutib chiqish bilan shartnoma tuzish tarkibiga o'tkazish bilan shug'ullanadi.

Shuni nazarda tutish kerakki, tender so'zi xalqaro tijorat amaliyotida turlicha qo'llanadi:

- bo'lajak savdolariga ma'lum texnik va moliyaviy qudratga ega firmalarni oldindan tanlab taklif etish;
- importchi davlatning tender qonunlari talablarini o'zida aks ettiruvchi tender xujjatlarini komplekti sifatida;
- savdo tashkilotlari tomonidan tuzilgan tender xujjatlariga kiruvchi taklif shakli;
- savdolarida ishtirok etmoqchi bo'lgan firma yoki tashkilotning taklifi;
- ko'pincha texnik murakkab uskunalarga savdo ishtirokchilarini taklif qilmay yopiq xolda kontragentni aniqlash.

Savdolar bo'lishining e'loni haqidagi axborot olgan va unda ishtirok etmoqchi bo'lgan firmalar buyurtmachining takliflarga bo'lgan barcha talablarni tender xujjatlari to'plamidan olib ko'rish mumkin.

Ba'zida tender shartlarida savdolar o'tish sanasini belgilashdan tashqari, 3-4 oyga cho'ziladigan savdolar mo'ljalidagi muddatda o'tish 2-chi bosqich qarori ham bo'lishi mumkin. Savdo ishtirokchilaridan savdo shartlarida ko'rsatilgan talablarga to'liq rioya qilib, takliflarni aniq shaklda tuzish talab qilinadi.

Yuqoridagi talablarga rioya qilmaganlar savdo tashkilotchilari nafaqat chetlatilganiga, bajarilishida ko'rib chiqmaslikka xaqlidir.

Oferent tender xujjatlaridagi barcha bandlari bilan tender topshirilgunga qadar tanishib chiqmasa, tanlov asosida o'tayotganda, xujjatlardagi narx ishni bajarilish

vaqti va boshqa talablar bilan muammolar chiqishi mumkin. U o'ziga tavakkal nom va majburiyatlar olishi mumkin.

Taklifda ishtirokchilar tomonidan berilishi, savdolar o'tishining 2-bosqichi savdoga tushadigan takliflar *tender* yoki *bid* taklif berishning tartibi va usuli tashkilotchilar tomonidan kuzatiladi.

Xalqaro amaliyotda taklif berishning turli usullari bor. Birinchi usulda, oferent tender shaklining barcha varaqalarida o'zining narxi (sonda)ni qo'yishi bilan to'ldiradi.

To'ldirilgan tender shaklini tanlash uchun tashkilotchilarga jo'natadi.

Ikkinchi usulda oferent tender shakliga to'g'ri keladigan qilib o'zining tenderiga tuzatish kiritadi. Tenderda oferent o'z firmasining nomi, manzili, savdo o'tayotgan davlatlarda vakili bo'lsa, uning manzilini ko'rsatadilar.

Agar oferent tenderda texnik qismiga o'zgarishlar kiritmoqchi bo'lsa, u tenderga ilova qilib kiritishi mumkin.

Topshirilgan tenderga o'zgartirishlarni kiritish mumkin emas.

Savdo o'tkazish davlat qonunlari tashkilotchilar oferentidan tenderga qo'shimcha qilib, firma ustavi, texnik imkoniyati, oldingi bajarilgan buyurtmalari, savdoda ishtirok etishi, majburiy holda ma'lumotlar bitish shartlari to'g'risida talab qilish, kelishuvlar o'tkazishi to'g'risidagi bitim tanlovda yutib chiqanidan so'ng imzolanadi. Ochiq savdolarida qoida bo'yicha tenderlar yozma ravishda topshiriladi. Takliflar yopiq konvertlarda topshiriladi. Konvertning ichki qismida savdolarning nomeri savdoda e'lon qilingan tovar va xizmatlarning nomlanganligi sanasi, taklif qabul qilingan sana ko'rsatdi. Tashqi konvertda savdo tashkilotchilarining yoki taklif qabul qilingan manzili ko'rsatiladi. Imzolar matni savdo shartlarida joylashadi. Agar taklif, mahalliy firma yoki vakillik orqali berilayotgan bo'lsa, u holda ular savdoda e'lon qilgan tashkilotlariga yozma ravishda topshiriladi. Belgilangan muddatdagi tender xujjatlari muhim ahamiyatga ega. Hamma davlatlarda ma'lum shartlarga ko'ra belgilangan muddatdan so'ng kelgan takliflar savdoda ishtirok etmaydi. Savdo ishtirokchilari taklif etilgan tenderda o'zining narxlarini belgilaydi. Bu xolda tenderda ko'rsatilgan narxlar belgilangan chegirma miqdorida ko'rsatiladi.

Qisqa xulosalar

Xalqaro tovar birjalari doimo ishlab turadigan ommaviy xom ashyo va oziq-ovqat tovarlariga oldi-sotdi bitimlari amalga oshadi. Birjalarda tovar taqdim etilmasdan, ko'rilmasdan belgilangan standart va namunalar asosida sotiladi va harid qilinadi.

Tashkil etish printsipi bo'yicha tovar birjalari ikki tipga bo'linadi: ochiq huquqiy (publichno-pravovoy) va xususiy-huquqiy xarakterga ega birjalar.

Ochiq- huquqiy xarakterga ega bo'lgan birjalar davlat nazorati ostida bo'ladi va birjalar haqidagi qonun asosida tashkil etiladi

Xalqaro tovar auktsion savdolari bu maxsus tashkil qilingan, vaqti-vaqti bilan ma'lum joylarda faoliyat ko'rsatadigan bozorlardir. Bunday savdolar ommaviy xolda oldindan ma'qullangan vaqtda va maxsus belgilangan joyda amalga oshiriladi. Shu bilan birga bu savdolarida xaridor tovarni oldindan ko'rgan va shu tovar uchun eng yuqori narx taklif qilgan, tovar to'la-to'kis uning mulkiga aylanadi. Auktsion savdolarida oddiy emas, balki qandaydir xususiyatlarga ega bo'lgan tovarlar sotiladi.

Xalqaro savdo - bu tovarlar sotib olish usuli, ma'lum bir tovarga bir qancha vositachilar yoki turli davlatlar buyurtmachilari oldindan belgilangan taklif muddati va savdo tashkilotchilarga qulay vositachilar bilan shartnoma tuzish. Hozirgi zamon sharoitida savdolar keng tarqalmoqda, ular shartnoma tuzish uchun kontragentlarni topish va tanlashda asbob-uskuna sotib olish, qurilish ob'ektlarini (pod klyuch) tayyor holda topshirishda muhim rol o'ynaydi. Savdolarini o'tkazishda bir qancha bosqichlar mavjud: savdolariga tayyorgarlik; savdolar ishtirokchilari beradigan takliflarni qabul qilish; etkazib beruvchini tanlash.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Xalqaro tovar birjalari va ularning mohiyatini tushuntirish.
2. Birja savdosining asosiy markazlari qaysilarini bilasiz?
3. Birja bitimlarini maqsadlari nimadan iborat?
4. Tovar birjalarining vazifalari nimalardan iborat?
5. Tovar birjalarining tashkiliy tuzilishi qanday?

6. Xalqaro auksionlarning mohiyatini tushintiring.
7. Xalqaro auksionlarni o'tkazish texnikasi qanday?
8. Xalqaro savdolarning tushunchasi, ahamiyati nimadan iborat?
9. Xalqaro savdolarning turlarini keltiring.
10. Xalqaro savdolarning o'tkazish tartibi qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. М "Банки и биржа"ЮНИТИ 2001 ,496 с
2. Данильцев А.В.. Международная торговля. Инструменты регулирования. Учебно-практическое пособие. Изд.2-е перераб. М.: Деловая литература, Палеотип, 2004г.
3. Карпухина Е.А.. Международные стратегические альянсы.М.: Дело и Сервис, 2004 г.
4. Принципы международных коммерческих договоров. М.: Международные отношения, 2003г.
5. "Экспортно-импортные операции между государствами СНГ", М.: 2001.
6. www.nber.org
7. www.worldbank.org

10 BOB. XAQARO AMALIYOTDA REKLAMA , KO'RGAZMA VA YARMARKALAR FAOLIYATI

10.1. Reklama faoliyatini tashkil qilish

Reklamaning mazmuni va mohiyati

Reklama (lotincha - qichqirmoq) bu biror korxona, mahsulot, xizmat turi, ijtimoiy faoliyatning biror turini ommalashtirish maqsadida qilingan ishdir. Reklama ishlab chiqaruvchi, savdo va xaridor o'rtasida tijorat axborot almashishiga imkon beradi. Reklama - bu mahsulot va xizmat turining ishlab chiqarishdan savdo va xaridorgacha bo'lgan yo'li haqidagi xilma-xil axborotlar oqimidir. Reklamaning asosiy maqsadi - bozorda taklif qilingan mahsulotlarning xaridor tomonidan qabul qilinishi ehtimolini oshirishdir. Reklama qilinayotgan mahsulotlarning sotilishi, ularning oldindan rejalashtirilgan realizatsiya miqdori bilan hamohang o'sib bormog'i kerak. Bu shuning uchun ham muhimki, mahsulotlarga bo'lgan talabni hisobga olmay reklama qilish talab va taklifning bir-biriga mos kelmasligicha olib kelishi mumkin. Bu maqsad bosqichma bosqich amalga oshiriladi. Har bir bosqichda har xil vazifa qo'yiladi: xaridorlar diqqatini mahsulotga jalb etish, ularda qiziqish uyg'otish, talablarni shakllantirish, xarid imkoniyatini korxonaning xaridor talabini bajara olish imkoniga yo'naltirish. Biroq reklama yana psixologik omil hamdir. Uning ta'sir kuchi katta. Masalan, ko'p xaridorlar bahoga mahsulotning obro'si sifati deb karashadi. Reklama sanoat va savdo korxonalari manfaatlarining mos tushishi, aholi talablari va xaridning amalga oshishi, tijorat siyosatining tez amalga oshishiga imkon beradi. Ammo, faqat reklama u yoki bu mahsulotning ko'payishiga xizmat qilar ekan deb o'ylash noto'g'ri bo'ladi. Xaridorning qarori tovar sifati, bahosi, uning joylashtirilishi, hamda sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatishdan kelib chiqadi.

Reklama, uning samaradorligini oshirish talablariga javob berishi kerak, ya'ni aniq va haqqoniy, ma'noli va ilmiy asoslangan, ko'proq axborotni o'z ichiga olgan va didli, foydali bo'lmog'i lozim. Reklamani ishlab chiqaruvchi ham, sotuvchi ham amalga oshirishi mumkin. Bu holda ishlab chiqaruvchi o'z reklamasini har tomonlama xaridorga qaratadi.

Savdo xodimlari o'zlari sotayotgan mahsulotlarni yaxshi bilmog'i kerak. Shuning uchun ishlab chiqaruvchining reklamasi xaridorlarda kamroq hissiyot o'yg'otadi, lekin ko'proq axborot etkazadi. Savdo reklamasi esa xaridorlarga atalgan bo'lib, mahsulot haqidagi axborot bilan birga savdo madaniyati va estetikasini oshirishga ko'maklashishi lozim. Rejalashtirish, tashkil qilish va umuman reklama faoliyati, ayniqsa aniq mahsulotlar reklamasi faqat bozor va talabni o'rganish sharoitidagina samaralidir. Talab tez o'zgaradigan yoki hali talab shakllanmagan mahsulotlarga boshqa reklama kerak. Reklama faoliyatining axborot ko'lami: umuman va alohida mahsulotga bo'lgan talab haqidagi ma'lumotlardan (miqdor, struktura, shakllanish xususiyatlaridan), umumiy iqtisodiy axborotlardan, ishlab chiqarish va iste'mol to'g'risidagi, savdo kon'yukturasidagi o'zgarishlar va savdo xizmati ko'rsatkichining joyi haqidagi xabardan iborat.

Talab haqidagi turli axborotlar reklama faoliyatida quyidagilar uchun foydalaniladi:

- reklama qilishga tavsiya etilgan mahsulotning tanlovi, mahsulot reklamasining iqtisodiy asoslanganligi va reklama qilishga rejalashtirilganligi;
- reklama tadbirlarini o'tkazish va tashkil qilish;
- reklama vositalarining manzilini ishlab chiqish, reklamaning xaridorlar ahvolidan kelib chiqib isbotiyligini ko'rsatish; reklamani joylashtirish va berish kanallarini aniqlash;
- reklama qilish vaqti va oralig'ini aniqlash;
- reklamaning psixologik va iqtisodiy ta'sirini baholash.

Shuningdek, reklamaning vazifasini, uning ijodiy yo'nalishini (strategiyasini) ham aniqlab olishimiz zarur. Yo'nalishni asoslashda avvalambor mahsulotni ishlab chiqarishda etarliligini hisobga olish, mahsulot zahiralar, uzluksiz ta'minlab tura olish imkoniyatlarini ham hisobga olish kerak. Shuningdek, boshqa ma'lumotlar ham muhimdir, masalan, mahsulot bozorining ko'lami; uning miqdordagidan oshiq zahiralar, mahsulotning kelajagi va hokazolar.

Reklamadan yangi mahsulotlarni bozorga chiqarishda ham foydalaniladi. Savdo kon'yukturasini yangi mahsulotlar bilan ta'minlash hali muhim bo'lmagan,

sotuv, zahira, iste'mol haqidagi ma'lumotlar etarli bo'lmagan paytda ham muhimdir. Bu paytda mutaxassislar yo'nalishini tanlash uchun reklama orqali yangi taklif tuzadilar. Unda mahsulotlarning tavsiya etiladigan xususiyatlari va ishlab chiqarishning kelajagi, hamda aholi talabini ko'ra bilish, sinovga chiqarilgan mahsulotga xaridorning munosabatini kuzatish haqidagi ma'lumotlar o'rin oladi. Reklamaning yo'nalishini tanlash - savdo va sanoatning o'zaro harakati va mahsulot aylanishiga mahalliy manbalardan olingan mahsulot zahiralarining qatnashishiga ham bog'liq. Reklama faoliyati xalqaro marketing xizmatining tarkibiy turlaridan biridir. Uning bevosita yoki bilvosita yordamida korxonaning bozordagi o'rni mustahkamlanadi, uning taklif etayotgan mahsulotlarini sotish jadallashadi. Reklama bilan bir qatorda quyidagilardan ham foydalaniladi:

- savdoning bevosita harakati (sotuvga yordam) -xizmat turi yoki mahsulot sotilishining qisqa muddatda erishilgan sur'atda ushlab turishga qaratilgan harakatlar. Masalan, mahsulotga bepul bonlar, namunalar, mukofotlar, sovg'alar, bahoni pasaytirish, imtiyozlar, bepul xizmat qilish, pasaytirilgan narxda sotish;

- agentlar yordamida individual sotish; dilerlar, kommivoyajerlar, bevosita o'zlari mahsulotning xususiyati va qo'llanilishini tushuntirishi;

- "pablik rileyshnz" - aloqalar o'rnatish, ya'ni firma obro'sini oshirish maqsadida mahsulot yoki xizmatni ommaviy axborot vositalarida reklama qilish;

- "pablisiti" - mutaxassislar va ulgurji xaridorlarga atalgan xo'jalik targ'iboti. "Pablisiti"ning maqsadi xuddi "pablik rileyshnz"niki kabi xizmat turi va mahsulotni sotishni ko'paytirish emas, balki korxonaning markasini tashviqot qilishdir;

- reklama mavsumlari, yarmarkalar, ko'rgazma savdolar va mahsulotni realizatsiya qilishning boshqa jadal turlari.

Reklama ma'lumotlari yangiligi, kutilmaganligi, hissiy ta'siri bilan ajralib turishi kerak. Bundan tashqari mahsulotning xaridor e'tibor qilmagan xususiyatlarini ko'rsata olishi kerak. Ayniqsa, mahsulotning bozorga kirib kelishi va ularni uzaytirish bosqichida reklama juda zarur. Reklama uchun zarur shartlaridan biri, uning makonining aniqligi, ya'ni bozorning ma'lum segmentiga yo'nalganligi, har xil xaridorlar uchun esda saqlanib qolinishidir. Reklama xaridorni xalqaro bozorda

ma'lum harakatga chaqiradi, xizmat va mahsulotning xarid qilinish sharoitida ularning sifati va maqsadi haqida hikoya qiladi. Reklama bir xil xabarning har xil axborot turlari va har xil badiiy shakllarda qayta-qayta takrorlanishi orqali hamma uchun shu mahsulotni sotib olishga nima undaganligini tushuntirib beradi. Reklama ta'siri asosida, yuqorida aytilganidek ikki element yotadi - axborot berish va ishontirish. Ishontirish "ko'ndirish" elementi reklamaning sababiy vazifasini aks ettirsa, axborot berish - bilib olishni aks ettiradi. Ular bir vaqtning o'zida ta'sir etar ekan, reklamaning yutug'ini ta'minlaydi. To'g'ri, reklama xaridorga har xil ta'sir etadi. Ba'zi holda odam darrov sotib olsa, boshqa bir odam aksincha, mahsulot haqida etarlicha ma'lumot to'plagach xarid qilishga tayyor bo'ladi.

Reklama faoliyati - brending yaxlit bir butunni tashkil kiladi, tashqi bozorda u xalqaro va milliy talablar hisobi bilan kurulishi kerak. Bu erda xujjat reklamasini reglamentatsiya qiladiganlarni bilimi kerak bo'ladi.

Reklama amaliyotda xalqaro kodeks reklama faoliyatini asosi bo'lib xizmat kiladi. Kodeks xalqaro estetik standartlar, etik va boshqa talablar ko'rinishida tashkil qilingan, ularga reklama faoliyati va reklama maxsuloti mos kelishi kerak. Dastlab bu xujjat xalqaro savdo palatasi (XSP) tomonidan Parijda 1937 yili qabul qilindi. Keyinchalik u bir necha marta qayta ko'rib chikildi va to'ldirildi. Hozirgi paytda 1987 yilda XSP tasdiqlangan va reklama ishchilarining Assotsiyatsiya majlisi tomonidan qabul qilingan kodeks redaktsiyasi qo'llanilmoqda.

Ko'pgina davlatlarda reklama ozodligini cheklanadi. Bu cheklanishlar xar bir mamlakatda o'ziga tegishli, shuning uchun xar bir alohida xollarda matnni aniqlash kerak. Shuni inobatga olish kerakki, reklama mazmuniga va uni uzatish usuliga milliy urf odatlar ta'sir qilishi mumkin. Reklamaga faoliyatiga faqatgina davlat emas, balki jamoa tashkilotlari xam ta'sir ko'rsatadi. Bir necha misollar keltiramiz.

Germaniyada ommaviy-namoyishlardagi reklama televideniya vaqtining 20 minutini va radioda 90 minutni, xususiy bashorat kiluvchilarni efir vaqti 20% dan oshmasligi kerak. Shu bilan birga, ommaviy bashorat uchun qo'shimcha cheklanishlar mavjud: shanba va yakshanba kunlari, bayram kunlari, xar kuni 20.00dan keyin reklama qilish man etilgan.

Belgiyada ommaviy tele va radio kanallarda reklama 8 ming soat yoki umumiy efir vaqtining 15-20% dan oshmasligi kerak.

Buyuk Britaniyada davlat stantsiyalarda reklama namoyishini 15% limiti o'rnatilgan. VVS radiostantsiyasida esa reklama butunlay man etilgan.

Finlandiyada maxalliy radioda reklama 10% ni tashkil kiladi, MTV da 15% ni, kabel TV da-11%ni tashkil etadi.

Shvetsiyada «Radio haqida akt» radioda reklamani man qiladi va televideniya uni 10% ga qisqartiradi.

Milliy reklama bozorlari xajmi va reklama tezkorligi xar xil davlatlarda xar xil farqlanadi.

Reklama ishi olib borilayotganda reklama agentligiga o'xshash maxsuslashgan tashkilotlarni u yoki bu darajada qo'llab quvvatlagan xolda, firmani marketing xizmati o'sishi reklama bo'limlariga tayanadi.

Reklama agentligi mustaqil firmani namoyish etadi. U reklama-qiluvchi mijoz nomidan va uni hisobidan xar xil reklama funktsiyalarini bajarishda ixtisoslashadi. U shularni oldida moliyaviy yuridik va ma'naviy majburiyatlarga ega.

Firma tomonidan xamkorlik uchun u yoki bu omadli reklama agentligini tanlanganligi uni muvofikiyat garovi bo'ladi va asosiy ishini natijasiga ta'sir etadi. Dunyo reklama xizmatlari bozorida asosiy o'rinni ko'pgina mamlakatlarda o'z shu'ba tarmoqlariga ega bo'lgan katta korporatsiyalar o'rini egallamoqda.

Reklama faoliyatini xarakteri firmani tijorat faoliyati, ko'rgazmada ishtirok etish shakli, ko'rgazmalarni turiga va unda qatnashish maqsadiga bog'liq.

Qatnashish maqsadi quyidagilar bo'lishi mumkin

- firmani va uni tovarlarini texnikasini ommaviylashtirish;
- mavjud agentlar va distribyutorlarni yuzaga chiqarish;
- buyurtmalar qabul qilish va keyingi miqdorlarga talablarni qabul qilish;
- bozor potentsialini baxolash va berilgan bozorni firmani imkoniyatlariga mos kelishini aniqlash.

Ko'rgazmalar turiga qarab quyidagilarni tasniflash mumkin.

- milliy yoki xalqaro;

- doimiy yoki biron bir xodisaga to'g'rilangan;
- keng omma uchun yoki faqat mutaxassilar uchun;
- tarmoqli ko'rgazmalar yoki umumiy savdo yarmarkalari.

Jaxondagi eng yirik xalqaro reklama agentliklarini 3- jadvalda ko'rishimiz mumkin.

Xalqaro ko'rgazmalar va yarmarkalar ko'pgina davlatlarda o'tkaziladi. AKD1, Germaniya, Frantsiya, Ispaniya va b.b ulushiga xamma o'tqazilgan xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarni 2/3 kismi to'g'ri keladi. AQSH da shu tadbirlarga yilida 35 mlndan ziyod kishi keladi.

3- jadval

Jahondagi eng yirik xalqaro reklama agentliklari

Agentlik	Mamlakat	1996 yildagi oborot mln. dollar
WPP Group	Buvuk Britaniya	2828,0
Interpublic Group	AQSH	2225,8
Comparies	AQSH	2117,5
Omnicom Group	Buvuk Britaniya	1675,2
Saadechi and	AQSH	1435,3
Yong and Rubicom	Yaponiya	1433,2
Dentzu Inc	Yaponiya	910,6
Hakuhodo	Frantsiya	844,4
Euro RSCG	AQSH	812,5
Grey Aduertising	AQSH	707,3
Leo Burnett Co		

Manba: Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело. М “Банки и биржа”ЮНИТИ 2001 , с 296

Yirik savdo sotik ishlab chiqarish yarmarkalar Bryuselda (Belgiya), Gannoverda (Germaniya), Barselona (Ispaniya), Millan (Italiya), Utrexte (Niderlandiya), Parij, Nitstse (Frantsiya), Moskva va Sank-Peterburg (Rossiya) da o'tkazilgan.

10.2. Reklamaning asosiy vositalari

Reklamaning asosiy vositalariga spravochnik va vaqtli matbuot reklamasi, pechat reklamasi radio va televidenie reklamasi, kinoreklama, sirtqi yoki tashqi reklamalar, savdo joylaridagi reklama, ashyoviy reklama, tovar bezagidagi reklamalar, nufuzli reklama va tovarni ishlatib ko'rish yo'li bilan reklama qilish va boshqalar kiradi.

Pechat reklamasi bosmaxona uslubida chop etiladi. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda reklamaning bu turi reklama xarajatlari umumiy summasida ikkinchi o'rinni egallaydi. Pechat reklamasining asosiy xususiyati shundaki, u aniq va oldindan belgilangan iste'molchilar doirasi uchun mo'ljallangan bo'lib, ular orasida bepul tarqatiladi. Pechat reklamasi mohiyatiga ko'ra, quyidagi turlarga bo'linadi: kataloglar, prospektlar, reklama qog'ozlari va bukletlar, reklama xatlari, reklama yubormalari, xariddagi reklama ilovalari.

Kataloglar – turli model va turli guruhdagi tovarlarni tasvirlashni o'z ichiga oladi. Katalogni asosan, qisqa tasvir, texnik ma'lumotlar, savdo shartlari tashkil qiladi. Kataloglar, odatda aniq muddatga to'g'irlab chiqariladi. Kataloglar mashina va uskunalar, shuningdek posilka savdosida reklama vositasi sifatida katta ahamiyatga ega. Ba'zan kataloglarda unda keltirilgan tovarlarning narxleri ham ko'rsatilgan bo'ladi. Bunday hollarda bu kataloglar katalog-preyskurant sifatida ishtirok etadi. Kataloglarni poligrafik bezatishlar turlicha bo'ladi. Ular albom, broshyura, varaq va buklet ko'rinishida bo'lishi mumkin.

Prospekt – bir modeldagi tovarlar va ularning modifikatsiyasi haqida qisqa ma'lumotlarni o'zida mujassamlashtirgan nashr hisoblanadi. Prospektida sifat tasviri, konstruktsiya xususiyatlari, boshqa o'xshash tovarlar bilan qiyoslagandagi afzalliklar, ekspluatatsiya uslublari aks ettiriladi. Bu tasvirlar tovar mohiyatini chuqurroq tushunish imkonini beruvchi chizmalar, rasmlar, fotosuratlardan iborat bo'lishi mumkin. Mashina va uskunalar uchun prospektlarda majmuaviy detallar va instrumentlar, qadoqlash va boshqalar olib boriladi. Prospektlar broshyura, varaqalar va bukletlar ko'rinishida bo'lishi mumkin.

Reklama varag'i va bukletlar odatda, tovar haqidagi eng umumiy ma'lumotlarni beradi va tovar sifati, tovarning tashqi ko'rinishidagi afzalliklarni aks ettiradi. Ularning vazifasi – xaridorlarda reklama qilinayotgan tovar yoki xizmat haqida qiziqish uyg'otish va uni sotib olishga undash hisoblanadi.

Reklama yozuvlar yoki rasm(otkritka)lar iste'molchilarning ma'lum doirasi uchun pochta orqali yuboriladi. Yuboruvchi odatda, o'z xatida shaxsiy, intim ma'nodagi yubormalarni yuboradi. Bunda u yuborayotgan odamining manzili, lovozimini aniq biladi. Ba'zan firmalarga yuborilayotgan xatlar faoliyat ko'rinishiga ega bo'ladi va ma'lum tovarning taklifidan kelib chiqadi.

Reklama maktublari – pochta orqali yuborilgan buyurtma blankalari, kartochka yoki otkritkalar, konvertga solingan xatlar bo'lishi mumkin. Pochta kartochkalarining turli ko'rinishlari mavjud bo'lib, ular yirik magazinlardagi tovarlarning arzonlashganligi haqidagi reklama xabarlarini, mavsumiy tovarlarni olib borish, yangi tovarlarning paydo bo'lganligi haqida, qaysidir magazin va xizmatning reklamasi haqida axborotlarni berishi mumkin. Ko'pincha joriy korrespondentsiya bilan firma kontragent manziliga yoki magazinning doimiy xaridoriga yuborilgan konvertda reklama qilinayotgan tovar haqidagi asosiy axborotlar beriladigan reklama qog'ozlari ham bo'ladi.

Reklama ilovalari tovarni qayta o'zlashtirishni yoki boshqa tovarlarni sotishni rag'batlantirish uchun magazinlar tomonidan xaridorlarga tavsiya etiladi.

Pechat reklamasining tarqalish usullari turlichadir: pochta orqali; yarmarka va ko'rgazmalarda; namoyish zallarida; tematik konferantsiyalarda; kinofilmlarning maxsus namoyishlarida; vokzalning ichki qismlaridagi plakat va afishalarda; mehmonxonalarda, restoranlarda, o'quv yurtlarida, ishbilarmon kishilarning shaxsiy uchrashuvlarida, tijorat muzokaralari davrida taqdim etilishi mumkin.

Rivojlangan mamlakatlarda pechat reklamasining pochta orqali yuboriladigan turi keng tarqalgan. Bu usul «direk meyl» deb nomlanadi. Bu pechat reklamasini iste'molchilarning tor doirasi uchun avvaldan o'rnatilgan turi bo'lib, u bu reklamani keng yoyilishi uchun xizmat qiladi. Pochta orqali reklama qilish uchun plakat va afishalardan boshqa pechat reklamasining barcha ko'rinishlaridan

foydalaniladi. Bundan tashqari, eng katta solishtirma og'irlik, kataloglar, prospektlar, va varaqalarga to'g'ri keladi. Pochta orqali reklamaning afzalligi shundaki, u personal yoki saylov xarakteriga ega. Uy manziliga yo'naltirilgan pochta reklama samarali hisoblanadi. Xaridorlar ro'yhati yoki manzillarning shaxsiy kartotekalari va manzillar kitobiga ega firmalarning reklama idoralari tomonidan yoki xardorlar haqida keng ma'lumotga ega ixtisoslashgan firma, byuro va reklama agentliklari tomonidan yuboriladi.

Televidenie reklamasi zamonaviy vositalar ichida alohida ahamiyatga ega. U asosan xorijiy mamlakatlarda 50-yillardan keyin rivojlana boshladi va 10 yil ichidayoq boshqa reklama vositalari ichida mustahkam o'rin egalladi. Televizion reklama reklama vositalarining boshqa ko'rinishlariga nisbatan qimmatroqdir: amerika televideniesidagi 30 sekundlik reklama o'rtacha 100 ming dollar turadi. Reklamaning bu turi asosan, AQSH, Angliya va Yaponiyada keng rivojlangan. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarning televidenie reklamasiga ketgan xarajatlari butun xarajatlar umumiy summasining 10% ini tashkil qiladi va u boshqa reklama vositalari ichida uchinchi o'rinni egallaydi.

Ayrim mamlakatlarda teletomoshabinlar turli manfaatlarini hisobga olgan ko'p kanalli dasturlarga ega kabel televideniesi keng rivojlangan.

Televidenieda beriladigan reklama turlari juda xilma xil. Ulardan eng keng tarqalganlari quyidagilar:

Reklama e'lonlari. Asosan, ko'rsatuvlar boshlanishidan oldin 10 sekund davomida beriladigan qisqa ma'lumotlardir. Bu dasturlarda tomoshabinni yangi tovarlar bilan tanishtiradilar, unga tovar haqida qisqa ma'lumot beradilar, uni sotish joyi va qo'llanilish uslubi haqida tushuntirish beradilar.

Tijorat reklama ko'rsatuvlari. Ular odatda, ko'rsatuvlar o'rtasida yoki ularning orasida beriladi. Ular ko'pincha kinofilmlar namoyishi va kontsert dasturlariga kiritiladi. Reklama xabarlarini sketch, qisqa o'tkir syujetli jalb qiluvchi sahna ko'rinishlari va original vaziyatlar ko'rinishida bo'lib, 2-3 minut namoyish etiladi.

Moliyalashtirilgan ko'rsatuvlar asosan, AQSH va Yaponiyada keng tarqalgan. Bunday ko'rsatuvlarda asosiy markaz bu dasturning ta'minlanganligiga qaratiladi.

Bu dastur tomoshabinlarning ko'pchiligini mashhur qo'shiqchilarni taklif etish qimmat spektakllarni ko'rsatish orqali jalb etiladi. Bunday ko'rsatuvlarda tomoshalarining o'rtasida xarakat to'xtatiladi-da, ko'rsatuvni moliyalashtirayotgan firma ma'lum tovarning «ilg'or» sifati haqida reklama beriladi. Dastur so'ngida firmaning nomi e'lon qilinadi.

Reklama reportajlari. Ular univermaglardan, korxona yoki modellar uylaridan, namoyish zallaridan, u yoki bu tovarni ko'rsatish maqsadida xaridorlarga taklif etilgan ko'rgazmalardan uyushtiriladi. Bunday ko'rsatuvlarda odatda, tovarlarning doimiy xaridorlaridan reklama qilinayotgan tovar haqida fikrlar bildirilgan alohida suxbat shaklidagi intervyular ham olinadi.

Diapozitivlar yoki diapozitiv filmlar. Ular odatda pauza vaqtida 5-10 sekund davomida diktora tomonidan o'qiladigan 10-15 s'zli reklama hisoblanadi. Diafilmlarning afzalligi shundaki, ular juda arzon va tez bajariladi. Diafilmlar yordamida tayyor mahsulotlarni, poyafzal, kiyim-kechak va boshqa tovarlarning yangi modellarini reklama qilish mumkin. Diapozitiv filmlarda odatda, reklama qilinayotgan tovarning grafik ko'rinishi, narxini, ishlab chiqarilgan firma nomi, tovarni sotib olish mumkin bo'lgan magazin manzili aytib o'tiladi. Diafilmlar namoyishi musiqa bilan namoyish etiladi.

Radio reklamasi. Bu reklama dunyoning barcha mamlakatlarida qo'llaniladi. Radioto'lqinlar davlat tasarrufida bo'lgan mamlakatlarda radioda tijorat reklamasi berish ta'qiqlanadi. Bular Skandinaviya mamlakatlari (Shvetsiya, Norvegiya, Finlandiya), shuningdek, Frantsiya, Belgiya, Daniya, Shvetsariya mamlakatlari. Angliya va Germaniyada radioda reklama berish unchalik ahamiyatga ega emas, bu mamlakatlarda radioda reklama berish davlat tomonidan chegeralanadi. Bu gaplar Hindiston va Indoneziya mamlakatlariga ham tegishli, chunki bu mamlakatlarda ham radio davlat qo'lidadir. Radio reklamasi asosan, AQSH, Yaponiya va Italiyada keng rivojlangan. Lotin Amerikasi, shuningdek Gretsiya mamlakatlarida ham bu soha etarlicha keng rivojlangan. Radioreklama asosan, o'mi odamlari ko'p mamlakatlarda yaxshi natija berishi kuzatilgan. Bundan tashqari, ular mahalliy kompaniyalar emas, xorijiy kompaniyalar orqali uyushtiriladi.

Radio reklamasining sezilarli pasayishiga qaramasdan, u ham reklamaning samarali vositalarining biri hisoblanadi va o'zining bir qancha afzalliklariga ega. Bu afzallik radiopriemniklarning keng tarqalganligi va ularning arzonligi bilan bog'liq. Radioreklama tejimli va oddiydir. Uni tayyorlash va eferga uzatish ham televidenie reklamasini kabi unchalik qiyin emas.

Tijorat radioreklamasini turlariga quyidagilar kiradi:

Reklama e'lonlari qisqa reklama matnlari ko'rinishida bo'lib, axborot xarakteriga ega. Ular ko'pincha musiqa ostida beriladi.

Mustaqil reklama dasturlari musiqa ostida berilib, zukkolik bilan tayyorlangan ko'ngilochar ob'ektiv axborotlardir. Ba'zan ular dialog, reportaj, intervyu, qo'shiq tarzida bo'lib reklama qilinayotgan narsaning mohiyatini ochib beradi. Bunday dastur tovarlarning yangi turlari, afzalligi va foydaliligini reklama qiladi.

Moliyalashtirilgan dasturlar xuddi televidenie kabi firmalar tomonidan tayyorlanadi va eshittirishning o'rtasida reklama matni beriladi. Odatda bunday dasturlar iste'mol tovarlari – kosmetika, attorlik buyumlari, yuvish vositalarini chiqaruvchi firmalar tomonidan beriladi. Moliyalashtirilgan dasturlar sifatida mashhur artistlar ishtirokidagi orkestr va xor ijrochilarining kontsertlari tanlanadi. Eshittirish oxiri va boshida «tinglovchilarga ushbu dasturni sovg'a qilgan» firmaning nomi eslatiladi.

Kinoreklama. Bu reklama kinoning keng imkoniyatlari va katta ommaviyligi evaziga juda keng tarqalgan. Bu reklama asosan, G'arbiy Evropa mamlakatlarida keng tarqalgan. AQSH va Yaponiyada bu umuman qo'llanilmaydi. Reklama kinofilmlarining ob'ekti: bir firma tomonidan sotilayotgan bir va bir necha xil tovar; xizmatlar – maishiy, transport, turistik marshrutlar, sanoat va savdo firmalari, univermaglar, restoranlar, banklar, sug'urta jamiyatlari va boshqalar bo'lishi mumkin.

Kino reklamasini uni amalga oshirish uslubidan qat'iy nazar ikkiga to'g'ri (sof) va egri (yopiq) ga bo'linadi. Sof reklama filmlarining maqsadi reklama qilinayotgan tovarning yuqori sifati va afzalliklariga tomoshabinlarni ochiqdan ochiq ishontirish va uni tovarni sotib olishga undash hisoblanadi. Reklama qilinayotgan tovarning

xarakteridan qat'iy nazar sof reklama kinofilmlarini umumiy va maxsus kinofilmlarga ajratish mumkin.

Umumiy reklama filmlari ommaviy iste'molchilarga mo'ljallangan bo'lib, bu erda reklama ob'ekti iste'mol tovarlari va xizmatlari hisoblanadi. Bunday filmlar seans boshlanishidan 2-3 minutdan oshmagan holda namoyish etiladi. Kinoreklamaning bunday turining asosiy afzalligi shundaki, bu filmni tomoshabinlar xohlasalar, xohlamasalar tomosha qilishga majburlar. Reklama filmini kinoteatlarda bir xafta davomida namoyish etilganidan keyin bir necha vaqt (ba'zan kuniga bir necha marta) kinoteratlarga kirmagan tomoshabinlar uchun namoyish etiladi.

Maxsus filmlar sanoat firmalari, kommersantlar, o'quvchilar va boshqa mutaxassislar aniq doirasi uchun mo'ljallanadi. Maqsadiga ko'ra, ular ilmiy-texnik, tijorat, ilmi-ommaviy, turistik va boshqalarga bo'linadi. Ilmiy-texnik kinofilmlar mashina va uskunalarni namoyish etish uchun, uning konstruksiyasi va foydalanishdagi afzalliklarini tushuntirishda qo'llaniladi. Bunday filmlarni ko'rish uchun firmalarning ilmiy-texnik personallari, sanoat korxonalari rahbarlari, fermerlar, ilmiy xodimlar taklif etiladilar. Tijorat filmlari ma'lum tovarni savdo tarmog'iga joriy etish uchun yaratiladi. Bunday hollarda namoyishga ulgurji va chakana savdogarlar taklif etiladilar va ularga reklama materiallari, shuningdek reklama qilinayotgan tovar namunalari tarqatiladi. Maxsus filmlar shu maqsadda ijaraga olingan kinoteatlarda, yarmarka va ko'rgazmalarda, namoyish zallarida, namuna ko'rgazmalari va maxkamalarda, konferantsiya va simfpoziumlarda namoyish etiladi. Ular odatda, 10-20 minut davom etadi.

Kinodagi egri (yopiq) reklama juda keng tarqalgan. Bu xaridorlarga berilayotgan to'g'ri reklamaning katta oqimida u doimo o'z maqsadiga erishadi va xaridorlarni ogohlantira oladi. Yopiq reklama xaridorda ob'ektiv taassurot qoldiradi. Shuning uchun yirik sanoat firmalari o'z tovarlarini ommalashtirish uchun mashhur artistlar jalb etilgan badiiy filmlarni yaratishni moliyalashtirish yo'lidan bordilar. Bunday kompaniyalarga asosan, avtomobil kompaniyalari ko'proq murojaat etdilar. Bu filmlar qiziqtiruvchi syujetlarga ega bo'lib, reklama qilingan tovarlar ham

kishilarda alohida taassurot qoldiradi. Bunday filmlar firma, tarmoq, mamlakat to'g'risida ijobiy taassurot qoldirish niyatida ishlanadi.

Instruktiv filmlar mashina va uskunalar xarakati tartibini ko'rsatuvchi yopiq reklama turiga kiradi. Bunday reklamalarga o'qitish niyatida texnik bilim yurtlari va institutlarda namoyish etiladigan ta'lim filmlarini kiritish mumkin. Bunday filmlar umidlilik, oddiylik, jarayonlarning texnik aniqligini namunali misollar bilan yaqqol ko'rsatib beradi. Agar bu tomoshabin uchun qulay va ishonarli bo'lsa, u ishlab chiqarishda bevosita ishtirok etadi va filmda ko'rgan mahsulotining tashviqotchisiga aylanadi. Bunday filmlarni namoyish etish asosan, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun xarakterlidir. Bunday mamlakatlarda odatda mashina va uskunalar milliy texnika intelligentsiyasi o'quv yurtlarini tamomlagan mamlakatlar uchun muvaffaqiyatli sotilishi bejiz emas.

Kolleksion film deb ataluvchi alohida guruh ham aniqlanganki, ular bir korxona tomonidan chiqarilgan tovarlarning keng nomenklaturasini taklif etadilar. Bunday filmlarni ishlash tovarlarning keng profilliligi barcha tovar namunalarini namoyish etish imkonini bermaydigan (xususan yangi bozorlarda) korxonalar uchun xarakterlidir.

Sirtqi yoki tashqi reklamalar xorijiy mamlakatlar reklama vositalari ichida asosiy rol o'ynaydi. hozirgi kunda zamonaviy shaharlarni tashqi reklamalarsiz tasavvur qilish qiyin.

Tashqi reklamalarga ko'chalardagi, transportlardagi va yoruq reklamalar kiradi.

Ko'cha va transportlardagi reklamalar asosan chegaralangan, chunki ular o'tib ketayotgan kishilarda tovar haqida faqatgina eslatmalar bera oladi, xolos. Bu reklamaning asosiy murakkabligi shundaki, u kishilarni qandaydir lahzalarda tovarning asosiy maqsadini tushuna olishga o'rgatishi kerak. Bu reklama asosan, AQSH, Italiya, Belgiya, Frantsiyada keng tarqalgan. AQSHda 30 % tashqi reklama «Foster end Kleyzer» reklama agentligi tomonidan nazorat qilinadi.

Ko'cha reklamalari (yo'l chetidagi va dam olish hududlaridagi) turli namuna vositalari yordamida amalga oshiriladi. Ulardan keng tarqalganlari plakatlar,

afishalar, lavhalar va transporantlardir. Transportdagi reklama turli transport vositalarining ichidagi reklama hisoblanadi. Yorug' reklamalarga asosan, yorug' belgilar, yonib turgan maxsus rasmlar va xarakatli yonib turgan reklamalarni kiritish mumkin.

Savdo joylaridagi reklama magazin, namoyish zali, salonlarning ichida va tashqarisida amalga oshiriladi. Savdo joyidagi reklamaning asosiy ko'rinishlariga vitrinalar, tashqi e'lon va magazin bezaklari, magazin ichi va tashqarisidagi plakat va afishalar magazin ichidagi diapozitivlarni ko'rsatish uchun loyihalarni o'rnatish, magazin ichida, namoyish zallarida, salonlarda tovarlarni ishlatib ko'rsatish, magazin ichida radio reklamasi kabilarni kiritish mumkin.

Ashyoviy reklama doimiy kontragentlarga, shuningdek, chakana iste'molchilarga tovar namunalarini, mukofotlarni bepul sovg'a sifatida ulashishni nazarda tutadi.

Reklama sovg'alari firma va magazin xaridorlarini ular haqida eslatib turish uchun beriladi. Reklama sovg'alari va suvinerlar sifatida ko'pincha unchalik qimmat bo'lmagan – kalendarlar, avtoruchkalar, yon daftarlar, portsigarlar, kuldonlar, zajigalkalar, znachoklardan foydalaniladi. Bu predmetlarga firmaning nomi yoziladi ba'zi hollarda manzil va faoliyat xarakteri ham ko'rsatilishi mumkin (masalan, kalendar va yon daftarchalarga). Shu narsa aniqki, sovg'alar ulashish xaridorlarni tovarlarni sotib olishga majburlamaydi, lekin ularda firma va uning vakillariga nisbatan qulay va ijobiy munosabat yuzaga keltiradi.

Mukofot chakana xaridorlarga ma'lum xarid yoki aniq summadagi bir necha xaridlarni, mavsumiy bo'lmagan tovarlarni (masalan, yozda isituvchi priborlarni) xarid qilganliklari uchun taklif etiladi. Mukofot ko'rinishlariga, odatda, unchalik qimmat bo'lmagan uy jihozlari, kosmetika vositalari, oziq-ovqat mahsulotlari, o'yinchoqlar va boshqalar kiradi. Bunday xaridlarda qaysi tovar sotilganda, unga mukofot tarzida qanday mahsulot qo'shib berilishi oldindan e'lon qilinadi.

Namunalar reklama qilinayotgan tovarni salohiyatli xaridorlarga yaxshiroq tanishtirish maqsadida va ularda xarid qilish istagini uyg'otish maqsadida taqdim etiladi. Namunalarni yuborish kosmetika, parfyumeriya, oziq-ovqat mahsulotlari,

tamaki mahsulotlarini sotishda kengroq qo'llaniladi. Namunalarni tarqatish uslubi bilan «sampling» kompaniyasi katta yutug'larni qo'lga kiritgan. Ular salohiyatli xaridorlarga o'z mahsulotlarini ishlatish uchun namuna sifatida bepul jo'natganlar. Bunday uslub asosan, televizor, kir yuvish mashinalari, sovutgichlar, chang yutgichlar va boshqa uzoq foydalaniladigan tovarlar uchun qo'llaniladi. Bu uslub keyinchalik mashina va uskunalar savdosida ham qo'llanila boshladi. Bepul berilgan mashina va uskunalar evaziga ulardan ozgina badal yoki oxirigi xaridorga borgunga qadar uni ishlatganlardan uning sifati va foydalanilishi haqida axborotlar talab qilindi. Bu ma'lumotlar kelajakda sotuvchi kompaniya uchun reklamalar tayyorlash uchun qo'llanildi.

Tovar bezagidagi reklamalar. Bu bezaklar bevosita tovar qadoqlanishi bilan bog'liq (etiketkalar, karobkalar, flakonlar, paketlar). Yaxshi bezatilgan qadoq salohiyatli iste'molchilarning e'tiborini tortishning faol vositasi bo'lib, unda reklama qilinayotgan tovarni sotib olishga istak uyg'otadi.

O'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi magazinlarda, posilka savdosida qadoqlash sotuvchining ko'p vazifalarini bajara boshladi. U tovar haqida barcha ma'lumotlarni bera boshladi: narxi, og'irligi, yaroqlilik muddati, qo'llash usuli yoki tayyorlanishi.

Tovarni ishlatib ko'rish yo'li bilan reklama qilish. Tovarlarni yarmarka va ko'rgazmalarda, xonadagi namunalarda, konsignatsion omborlarda namoyish qilish reklamaning ishochli vositalaridandir. U xaridorlarga tovarning afzalliklar va xususiyatlarini yaxshi tushunishda yordam beradi. Bu asosan, mashinalarni, uskuna va priborlarini namoyish qilishga taalluqli bo'lib, xaridorlarni konstruksiyalarning afzalliklariga, yuqori ishlab chiqaruvchanligiga, chiqarilgan mahsulotning sifatiga ishonch hosil qilish imkonini beradi. Namoyish davrida sotish shartlari, narxi, muddati, etkazib berish muddati va boshqalar haqida axborot qabul qilish mumkin.

Nufuzli reklama («Pablik rileyshnz») faqat tovar reklamasinigina emas, firma reklamasini ham o'z ichiga oladi. Tayyorlovchi firmaning ilmiy tadqiqotlardagi, zamonaviy loyihalashtirishdagi, ishlab chiqarishning ilg'or usullaridagi va yangi texnologiyalar bilan ta'minlanganligidagi, xaridorlarga ongli xizmat ko'rsatishdagi muvaffaqiyatlari ommalashtiriladi. Ommalashtirish ob'ekti korxonaning umumiy

siyosati, uning tarixi, malaka oshirishning zavod tizimi, alohida rahbar xodimlar hisoblanadilar.

Nufuzli reklama ongli, rejali, davomiy tadbirlarni o'tkazishni nazarda tutadi. Ular quyidagi vazifalarni bajaradi: axborot – firma faoliyati, uning imkoniyatlari, mahsulot nomenklaturasi haqida turli ma'lumotlar; nufuzli – ishlab chiqarish texnologiyalarining yuqori darajasi firmaning keng aloqalari, rahbarlarning kompetentligi haqida taassurot uyg'otish; barerli – tashviqotchilik usullari yordamida reklamadagi raqobatchilarning tovarlariga nisbatan va ularning bozorga chiqishida qiyinchiliklar tug'dirish; reklama oldi – xaridorlarda tovar reklamasini o'zlashtirishni engillashtirish natijasida uyushmalar ma'lum namunalar yaratish; eslatuvchi – tovar belgisini tashviqot va reklama qilish va ommalashtirishning boshqa shakllari.

Bu vazifalarni amalga oshirish uchun turli vositalardan foydalaniladi. Ularga quyidagilar kiradi: pechat axboroti, press-konferentsiya, press-suhbat, ommaviy ma'ruzalar, korxonalarga safar uyushtirish, kino, radio, televidenie, stipendiya va fond muassasalari, o'quv yurtlariga va boshqa muassasalarga o'quv qo'llanmalarini berish, sovg'alar va kichik suvinerlar berish.

10.3. Reklamani amalga oshirishning tashkiliy shakllari

Reklama ishlarining hajmi, reklama vositalarining qo'llanilishidan qat'iy nazar rivojlangan mamlakatlarda reklama tadbirlarini o'tkazish turlicha tashkil qilinadi. Ular yoki o'z shaxsiy reklama bo'limlarini o'zlari tashkil qiladilar va reklamani o'zlari pechatga tayyorlaydilar yoki ixtisoslashgan reklama agentliklari xizmatidan foydalanadilar.

Reklama bo'limlari. Reklama ishlari unchalik ko'p bo'lmagan firmalarda reklama bo'limlari bevosita tijorat direktoriga bo'yinsunadilar. Bu direktorlar asosiy masalalarni aniqlaydilar va ularni ishlab chiqish, bajarish va nazorat qilish uchun reklama bo'limlariga uzatadilar. Reklama hajmi katta bo'lgan yirik firmalarda reklama bo'limlari boshqaruvchi boshchiligida ishlab chiqarish bo'limlarida tashkil etiladi.

Reklama bo'limi odatda, o'z guruhi tarkibida funktsional tamoyil asosida va reklamaning asosiy vositalari bo'yicha qurilgan tarmoq guruhlariga ega.

Savdoni kengaytirish bo'yicha guruhlar firma tomonidan chiqarilgan tovarlarning raqobatbardoshligini oshirish tadbirlarini ishlab chiqadi;

xaridorlar tomonidan talab va so'rovlar tadqiqoti asosida bozorni o'rganuvchi guruh firma faoliyatini umumiy yo'nalishini aniqlashda hisobga olinadigan marketing bo'limiga tavsiyalar beradi;

reklama samaradorligi va reklama vositalari xarajatlari ustidan nazorat guruhlar reklama kompaniyalari ishlarini nazorat qiladi va ularning samaradorligini reklama vositalarining yaxlit va alohida ko'rinishlari bo'yicha aniqlash bilan shug'ullanadi.

Reklama bo'limi tarmoqlari vazifalariga reklama usullari va vositalarini tanlash, turli reklama materiallarini tayyorlash (katalog, prospekt va boshqalar), pechat va boshqa reklama turlarini (kinoreklama, televidenie reklamasi) tayyorlashga buyurmalarni joylashtirish, ko'rgazmalarni tayyorlash va o'tkazish, nashriyotlarda joylarni band qilish, radio va televidenie kompaniyalarida vaqtni xarid qilish ham kiradi. Reklama bo'limining ishlab chiqarish tarmog'i reklama materiallarining asosiy qismini mustaqil tayyorlaydilar.

Agar reklama bo'limi reklama agentligi bilan bog'lanmasa, unda reklama mahsulotlarini tayyorlash va reklamalarni tarqatish vositalari bilan aloqador mutaxassislarga ega bo'lishlari kerak.

Reklama bo'limi ishlab chiqarish bo'limi bilan mustahkam aloqada bo'lishi lozim.

Reklama agentligi – ixtisoslashgan firma bo'lib, o'z mijozlariga loyihalar tuzish va reklamani amalga oshirish bo'yicha xizmatlarni taklif etadi. Ular bir tomondan, o'z tovarlarini reklama qiluvchi sanoat, savdo va boshqa firmalar o'rtasidagi vositachi sifatida, ikkinchi tomondan, gazeta va jurnal kontsernlari, radio va televizion kompaniyalari o'rtasidagi vositachi sifatida ishtirok etadilar.

Reklama agentliklarini quyidagi tamoyillar bo'yicha tasniflash mumkin:

- ko'rsatilgan xizmat xajmi bo'yicha – «butunlay xizmat ko'rsatuvchi» agentliklar (bozorni tadqiq qilishdan tortib barcha xizmatlarni o'z zimmasiga oladi) va xizmati cheklangan agentliklar;

- ko'rsatilgan xizmatning ko'rinishi bo'yicha – universal, ixtisoslashgan (ma'lum tovarlar yoki reklama vositalari bo'yicha);

- faoliyat doirasi bo'yicha – ichki bozordagi va ichki hamda tashqi bozordagi.

«butunlay xizmat ko'rsatuvchi» agentliklar juda keng tarqalgan bo'lib, ular o'z mijozlariga savdo-reklama siyosatining umumiy va alohida masalalari bo'yicha maslahatlar beradilar; sanoat firmalariga u yoki bu tovar chiqarishning maqbulligi haqida tavsiyalar beradilar; reklama kompaniyasining reja va smetalarini tuzadilar, uning harakati muddati va davomiyligi aniqlaydilar; kompaniya rejasiga muvofiq xarid joyi, vaqti va xizmatini amalga oshiradilar; reklamaga tayyorgarlikni amalga oshiradilar. Shu tarzda «butunlay xizmat ko'rsatish agentligi» reklama kompaniyasini ishlab chiqish va yurgizish bilan bir qatorda marketing bilan bog'liq bir qator xizmatlarni ham bajaradi. Agentlik reklama beruvchilar bilan dastlabki sotuv rejasini tuzish davridayoq hamkorlik qila boshlaydi.

Reklama beruvchi va agentlik o'rtasidagi munosabat ular o'rtasidagi kelishuv asosida imzolanadi. Bu kelishuvda agentlik tomonidan taklif etiladigan barcha xizmatlarning kompleksi hisobga olinadi. Reklama agentligi reklamani tarqatish vositalari to'lovlarini o'z mijozlari hisobidan amalga oshiradi. Shuning uchun mijoz agentlik hisobiga to'lovlarni o'z vaqtida to'lashi lozim. Reklama agentlarining xizmatlari reklama beruvchilar tomonidan emas, agentlik reklamani joylashtirgan reklama vositasi orqali to'lanadi. Oddiy komission mukofot hajmi reklama qiymatidan 15% iga to'g'ri keladi. Bundan tashqari, «butunlay xizmat ko'rsatuvchi» agentliklar xarajatlar qiymati qo'shilgan kompensatsiya va bozorni o'rganish, iste'molchilar tovarlari tuzilishini tahlil qilish xaridorlar psixologiyasiga ta'sir ko'rsatish usullarini ishlab chiqish kabi xizmatlar uchun kafolatli daromadlar oladilar. Agentliklar reklama beruvchilardan tez-tez reklamani ishlab chiqarish qiymati to'lovi ko'rinishidagi aniq summa va reklamaga buyurtmalarning shartnomaga kiritilgan

hajmi bajarilmaganli uchun kompensatsiya, bir martalik favqulotdagi buyurtmalar uchun mukofotlar ham oladilar.

Rivojlangan mamlakatlarda reklama agentliklarining ahamiyatli miqdori hisobga olingan. Lekin ularning ichida o'z qo'lida katta reklama faoliyatni jamlagan yirik reklama agentliklar sanog'lidir. Dunyodagi eng yirik reklama agentligi Yaponiyaning «Dentsu» reklama kontserni hisoblanadi. AQSHning yirik reklama agentliklar – «Yang end Rubikem», «Ogilvi end Mazer», «Batten, Barton, Durstin end Osborn», «BBDO». Bu gigant-agentliklar o'zida xorijda bir qancha filial va shu'ba korxonalariga ega yirik xalqaro firmalarni mujassamlashtirgan.

Angliya reklama bozorida o'nta yirik reklama agentligi mavjudki, ularning ulushiga reklama xarajatlari umumiy summasining 24% to'g'ri keladi. Ulardan 6 tasi amerika gigant agentliklari filiallaridir. Masalan, «Dj. Uolter Tompson», «London Press Ischeyndj», «S.X. Benson».

Reklama beruvchilar sifatida nafaqat sanoat korxonalari, shuningdek, turli xil xizmatlarni, inijiring, transport, sug'urta, maslahat va boshqa xizmatlarni taklif etuvchi firmalar ham ishtirok etishlari mumkin. Sanoat korxonalari ichida reklamaga katta mablag' sarflovchi firma-gigantlarni ajratish mumkin. AQSHda 110 ta yirik korporatsiya ulushiga iste'mol tovarlari reklamasiga ketgan xarajatlarning 56% i to'g'ri keladi. O'nta yirik reklama beruvchi ulushiga AQSH dagi reklama xarajatlari umumiy hajmining 10% i to'g'ri keladi.

Reklama agentliklarining o'z ixtisosliklar bor: hududlar bo'yicha; reklama qilingan tovarlarning nomenklaturasi bo'yicha; reklamani tarqatish vositasi bo'yicha; vazifalariga ko'ra, yoki reklama faoliyatining tor yo'naltirilganligi. Gigant agentliklar milliy va xalqaro masshatabda ommaviy talab iste'mol tovarlarini reklama qiladilar, kichik hajmdagi reklama agentliklari esa, odatda, hududiy va mahalliy bozorlarga xizmat qiladilar.

Iste'mol tovarlari bo'yicha ixtisoslik, mohiyatiga ko'ra, reklama agentliklarining reklama beruvchi sifatida ishtirok etuvchi yirik sanoat va savdo gigant-firmalari bilan murakkab barqaror aloqalarini aks ettiradi. Masalan, «Ogilvi end Mazer» reklama agentligi «Sirs, Robek» savdo korporatsiyasiga va oziq-ovqat

mahsulotlari chiqaruvchi «Djeneral Fuds» yirik firmasiga xizmat qiladi. «Yang end Rubikem» reklama agentligi yuvish vositalarini ishlab chiqaruvchi yirik amerika firmasi «Prokter end Gembl» ko'p yillardan beri reklama qilish bilan shug'ullanib keladi. 10 ta yirik reklama agentliklaridan biri «Makkenn Erikson» «Djeneral Motors» avtomobillarini, «BBDO» «Djeneral Elektrik» mahsulotlarini, «R.Dj. Reynolds» tamaki mahsulotlarini reklama qiladi.

Sanoat kompaniyalari odatda, bir agentlik bilan uzoq muddat davomida aloqada bo'ladilar. 100 yirik amerika kompaniyalari – reklama beruvchilardan 52 tasi bir agentlik xizmatidan 25 yil davomida foydalanib kelishgan.

«Dj. Uolter Tompson» 80 yildan beri «Liver Brazers» korporatsiyasiga xizmat qilib kelmoqda. «N.U. Ayr end San» reklama agentligi 50 yildan beri «Ameriken Telefon end Telegraf» firmasi bilan hamkorlik qilib kelmoqda.

Reklama biznesida reklama tarqatish vositalari egalari ham katta rol o'ynaydilar. Ular nashriyot firmalari, radio va tele studiyalar, pochta reklamasi firmalaridir. Reklama «Amerikan Brodkasting Kompanii» radiokorporatsiya daromadining 95% ini ta'minlaydi, «Gennet» kontsenining 98% daromadini, gazeta jurnal kontserni «Nayt-ridder Nyuspeypers» daromadlarining 90 % ini ta'minlaydi.

AQSHning yirik nashriyot korporatsiyalari «Makgrou Xill», «Feyrchayld Pablikeynshs» va «Penton I Ay-Pi-Si» hisoblanadilar. Reklamani tarqatish vositalari egalarining ichida ham ixtisosliklar mavjud. Masalan, «Chilton » firmasi transport, metallurgiya, stanoksozlik, priborsozlik doirasidagi reklamalarni amalga oshiradi. «Feyrchayld Pablikeyshns» kompaniyasi esa tibbiyot masalalari bo'yicha ilmiy nashrlar reklamasi doirasiga ixtisoslashgan.

Zamonaviy sharoitlarda reklama faoliyati texnologiyasi reklama ishining barcha vositalari va yo'nalishlarini qamrab olgan kompyuterlashtirish jarayoni tufayli jiddiy o'zgarishlarni boshidan kechirdi. Bunday o'zgarishlar reklama materiallarini yaratish va tarqatish, reklama kompaniyalarini tayyorlash va ularning natijalarini tahlil qilish yaqqol ko'zga tashlanadi. Kompyuterlashtirish firmalarning reklama, marketing va savdo faoliyatlarini bir-biri bilan chambarchas bog'ladi.

Reklama firmalari kompyuterlashtirishni joriy qilish tufayli poligrafik firmalar xizmatlariga muxtoj bo'lmay, matnlarni terish va korrektirovka qilish, maktublar, buklet, varaqalarni pechat qilish ishlarini o'zlari amalga oshira boshladilar. Kompyuterlashtirish ayniqsa, pochta reklamasi rivojlanishiga juda jiddiy ta'sir ko'rsatdi, tizimlashtirish va bunday reklama natijalarini tahlil qilish bo'yicha operatsiyalarni qisqa vaqt ichida o'tkazish imkonini berdi.

Reklama ishida yangi texnik afzalliklarga pochta reklamasida prospektlar o'rniga reklama videokassetalari, videodisklar bilan birga videomagnitafonlarning qo'llanilishini kiritish mumkin. Ko'rgazma va yarmarkalarda videomagnitafonlar yordamida joylashtirish imkoni bo'lmagan yirik va murakkab uskunalarining namoyishini uyushtirish mumkin.

Kompyuter texnikasi tufayli axborot reklamasi ma'lumotlarini banklarda tashkil etish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu banklarga reklama beruvchilar belgilangan to'lov evaziga o'z firmalari va reklama qilinishi kerak bo'lgan tovarlari haqida ma'lumotlarni kiritadilar va ular orqali bu tovarlarga har qanday iste'molchi buyurtma bera oladi. Bunday banklar tadqiqot markazlari, ilg'or nashriyotlar, reklama agentliklari, sanoat firmalari, EXM tizimi egalarining ma'lumotlarga ega bo'ladilar.

Yaponiyada o'z uyidan turib reklamani televizorda ko'rgandan keyin kabel liniyasi bo'yicha personal kompyuter yordamida buyurtma berish imkonini beruvchi uch tizim paydo bo'lgan. 52 aloqa kanalidan iborat kabel tizimi AQSHda «Dj. Uolter Tompson» reklama agentligi va «Adam Rassel» firmasi bilan qo'shma holda tashkil etilgan. AQSHda yana «Video Meyl Order» yangi tizimi yuzaga keldi. U 50 tovar guruhlari bo'yicha videokataloglar yordamida pochta orqali tovarlarni sotishni amalga oshiradi.

10.4. Tovar belgisi va undan reklama maqsadlarida foydalanish

Tovar belgisi deganda ishlab chiqaruvchi va tovar uchun uni individuallashtiruvchi original, ajratib turuvchi belgi tushuniladi, tovar belgisi rasm,

vinetka, grafik tasvir, original nom, sonlar, harflar yoki so'zlarning ma'lum uyg'unlashuvi bo'lishi mumkin.

U korxona egasi, firma nomi va hokazolardan ham tashkil topishi mumkin.

Tovar turiga qarab tovar belgisi bevosita tovarning o'zida, tovar o'ramida, tovarga belgisi bevosita tovarning o'zida, tovar o'ramida, tovarga yopishtirilgan etiketkada ifodalanishi mumkin. Angliya, Frantsiya va boshqa mamlakatlarda tovar belgilari tovar markalari bilan nomlanadi. Firmaning qo'lida tovar belgisini ixtiro etishga patentlar to'plansa, bozordagi monopollashuv uchun kurash engillashadi. Tovar belgisi jahon savdosida alohida muhim ahamiyat kasb etadi, chunki u bir mamlakatda joylashgan tovar ishlab chiqaruvchisi va boshqa mamlakatdagi iste'molchi o'rtasida bog'lovchi xalqa hisoblanadi.

Tovar belgilariga qo'yiladigan talablar. Tovar belgisi o'zi bajaradigan masalalardan kelib chiqib ko'plab shartlarni hamda tovar belgilari to'g'risidagi qonunlarda o'rnatilgan shartlarni bajarishi kerak. Tovar belgisi original, oddiy va tez yozda saqlanishi lozim, bu esa ushbu firma tovarini raqobatchi tovarlar bilan aralashib ketish imkoniyatini olib tashlashi lozim. Tovar belgisining raqobatchi tovarlari belgilarini o'xshashlik holatida uzoq va qimmat turuvchi sud jarayonlari bo'lishi mumkin. Bundan tashqari o'xshash belgini tovar reklamasi ba'zan raqobatchiga foydali bo'lishi mumkin. Belgiga originallik berish uchun odatda sun'iy tashkil etilgan so'z olinadi, u esa o'zining leksik ma'nosiga ega bo'lmaydi yoki kamdan-kam ishlatiladigan so'z bo'lishi mumkin. Bu holda so'zning leksik ma'nosi iste'molchi uchun "Markali" tovarda namoyon bo'ladi, bu esa tovar belgisi oldida turgan masalalardan biri hisoblanadi (masalan, "Kodak", "Agfa" va boshqalar).

Tovar belgilarida tovarning sifati va xarakteristikalarini ifodalashdan o'zini tiyib turish tavsiya etiladi, chunki ifodalash o'xshash yoki ham to'g'ri keluvchi bo'lishi mumkin (masalan, "alkogolsiz", "filtrli"), tovarning ifodalanishi yoki xususiyatini belgiga ildiz yoki belgini tashkil etuvchi harf yoki sun'iy so'zlar birlashmasi yoki ildiz ko'rinishida belgiga kiritish tavsiya etilmaydi. Eslab qolishda oson bo'lish uchun tovar belgisi kamroq elementlardan tashkil topishi kerak.

Imkoniyat boricha tovar belgisi shaxsiy familiyalar, davlat gerb elementlari, davlat arboblarning portretlaridan tashkil topmasligi kerak. U tovar turi va xarakteristikasiga mos kelishi kerak, ushbu tovarni ta'riflashi yoki uning doimiy rasmiylashtirilishiga to'g'ri kelishi lozim (shisha, flakon, quti, futlyarning anif shakli). Tovar belgisi milliy va xorijiy tillarda oson o'qilishi va talaffuz etilishi lozim va boshqa so'zlarga o'xshab ketmasligi lozim.

Qoidaga ko'ra, faqat ushbu tovarga firma tomonidan tarqatilgan mashhur tovar belgisi shu tovarning o'ziga emas, balki yaqin tovarlarga yoki o'xshash tovarlarga ham tarqaladi. Masalan, "Agfa" tovar belgisi ostida fotomateriallarning eng ko'p turlari aylanishi mumkin.

Tovar belgilarini ro'yxatdan o'tkazish tartibi.

Tovar belgisidan foydalanish huquqi ushbu tovar belgisi xalqaro konventsional tomonidan o'rnatilgan qoidalar asosida namuna bo'lgan mamlakatlar qonunchiligi tomonidan o'rnatilgan paytda paydo bo'ladi. Tovar belgisiga bo'lgan huquqning paydo bo'lishi turli mamlakatlarda turlicha aniqlanadi.

Ba'zi mamlakatlarning qonunchiligi bo'yicha (Frantsiya, Eron, Filippin) tovar belgisi huquqi tovar belgisi egasiga undan foydalanish ustuvorligi asosida yuzaga keladi. Ushbu mamlakatlarda tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazish deklarativ xarakterga ega, manfaatdor shaxslar esa undan foydalanishga ishora qilib, undan istalgan vaqtda foydalanishga talashadilar. Shunday qilib, eksportyorlar oldindan o'z tovar belgilarini ro'yxatdan o'tkazmasdan o'z tovarlarini ushbu mamlakatlarga olib kirishlari mumkin. Boshqa mamlakatlar qonunchiligi (Finlyandiya, Gretsiya, Lotin Amerikasi mamlakatlari) ro'yxatdan o'tkazish ustuvorligi asosida mulk huquqi paydo bo'lishini ko'zda tutadilar. Ushbu mamlakatlarda tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazish majburiydir va o'z tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazmagan shaxs qonun himoyasidan foydalana olmaydi.

Ba'zi mamlakatlarda qonunchilik tovar belgisi mulk huquqini shunday vaqtda tan oladiki qachonki qonun bilan belgilangan vaqt davomida uni ro'yxatdan o'tkazgandan so'ng undan foydalanishga ustivorlikka ega shaxs tomoniday talashilmasa. Biroq, agar manfaatdor shaxs ushbu davr mobaynida ro'yxatga olingan

tovar belgisini talashmasa,, unda uning egasi undan foydalanishning mutloq huquqiga ega bo'ladi. Bunday tizim Angliya, Avstraliya, Yangi Zelandiya, Shri Lanka, Irlandiya, Avstraliya, Braziliya, Daniya, Livan, Marokko, Meksika, Portugaliya, Salvador va AQShda qabul qilingan.

Qator mamlakatlar qonunchiligida faqat ayrim kategoriyadagi tovar belgilarini majburiy ro'yxatga olish talabi mavjud, Gretsiyada, Kosta-Rika, Turkiya va boshqa mamlakatlarda alohida tovar belgilarini ro'yxatga olish farmatsevtika tovarlariga, Kanadada – qimmatbaho materiallarga, Kosta-Rikada – kimyo mahsulotlari va oziq-ovqatlarga majburiydir.

Tovar belgilarini ro'yxatga olish mos keluvchi davlat idoralarida etarlicha uzoq muddat uchun amalga oshiriladi.

Tovar belgisini ro'yxatdan o'tkazish uning egasiga ushbu mamlakat chegarasida asosiy huquqni beradi.

10.5. Xalqaro ko'rgazmalar va yarmarkalar.

Savdo-sanoat ko'rgazmalari va yarmarkalari tushunchasi va turlari.

Yarmarka-bu doimiy harakatlanuvchi bozordir, ya'ni bir joyda, yilning aniq vaqtida va belgilangan muddatda doimiy bo'lib turadigan bozordir.

Yarmarkaning maqsadi - uning ishtirokchilari-eksponentlarga o'zining mahsuloti turlarini qo'yishga, savdo bitimlarini amalga oshirish maqsadida texnik takomillashgan va yangi erishilgan natijalarni namoyish etishga imkon berishdir.

Savdo-sanoat ko'rgazmalarining maqsadi-bitta mamlakat yoki turli mamlakatlarning ishlab chiqarish, fan va texnika sohalarida erishilgan ilmiy-texnik yutuqlarini ko'rsatishdan iborat.

Hozirgi sharoitda ko'plab ko'rgazmalar tovar aylanishini rivojlantirish maqsadlarida tashkil etiladi, ularda chegaralanmagan xaridorlar va sotuvchilar ishtirok etadilar va ko'rgazmaga qo'yilgan namunalar bo'yicha tijorat bitimlari hal etiladi.

Ishtirokchilar tarkibi va iqtisodiy mohiyat bo'yicha ko'rgazma va yarmarkalar milliy va xalqaro turlarga bo'linadi.

- o'z mamlakatida o'tkaziladigan milliy ko'rgazma va yarmarkalarga xorijiy xaridorlar ham kirishiga ruxsat etiladi, faqat ularga milliy firmalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotishga huquq beriladi;

- xalqaro savdoga xizmat ko'rsatuvchi xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar. Odatda ularda istalgan mamlakatlarning ko'plab firmalar ishtirok etishi mumkin.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar keng tarqalgan. Ularning mohiyati shu bilan belgilanadiki, ular yordamida ko'plab xalqaro bitimlar tuzila boshladi. Bu ularning imkoniyatlaridan kelib chiqadi, ya'ni ular eksponat-ishtirokchilar uchun bir vaqtda xaridor va sotuvchi holatini ta'minlaydi.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar asosiy afzalliklaridan biri-turli mamlakatlarda ishlab chiqilgan katta miqdordagi tovar namunalarini bir joyga to'plashdir. Bu xaridorga qisqa vaqtda bozordagi mavjud taklif bilan tanishib chiqish, mutaxassislardan zarur maslahatlar olish, tovarlar baholarini va sifat ko'rsatkichlarini qiyoslash, munozaralar o'tkazish, tijorat shartlarini kelishish va nihoyat kontrakti imzolash imkonini beradi. Shu bilan birga xaridor tovarni harakatdagi holati, uning ishlashi, qo'llanish sohasi va samaradorligi bilan tanishadilar. Keng iste'mol mollarini xarid qilishda tovarlar assortimenti namunalari bilan oldindan tanishadilar yoki ularning ta'm xarakteristikalarini tattib ko'rishlari mumkin (masalan, oziq-ovqat tovarlari, vinolar, tamaki mahsulotlari va hokazo).

Sotuvchi uchun ko'rgazma va yarmarkalarning ahamiyati shundaki, avvalo o'z tovarlarini reklamaning turli vositalari yordamida reklama qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar ishbilarmon doira vakillari uchrashadigan joy sifatida shaxsiy aloqalar o'rnatish va yangi aloqalarni o'rnatishda muhim ahamiyatga ega.

Ko'rgazma va yarmarkalarda tovarlarning eng yaxshi namunalari eksport sifatida zamonaviy talablarga javob bergan holda namoyish etiladi. Ushbu ko'rgazma va yarmarkalarni injener-texnika va ilmiy xodimlar, konstruktorlar tomonidan tashrif buyurishi fan-texnika taraqqiyotini yanada rivojlanishi, jahon savdosida yangi tovarlarni paydo bo'lishiga olib keladi. Ushbu ma'noda ko'rgazma va yarmarkalar

iqtisodiy va fan-texnik axborotlarini almashish markazi bo'lib, yirik axborot ahamiyatiga ega. Har bir ko'rgazma va yarmarka rasmiy va ishbilarmon doiralarga, hamda jamoat fikriga ta'sir etish, imkoniyatiga ega. Xalqaro ko'rgazma va yarmakalarda ishtirok etishni kompleks ravishda zamonaviy savdo-reklama, texnik-iqtisodiy va siyosiy faoliyatining samarali shakli sifatida ko'rish zarur.

Xalqaro ko'rgazmalar o'rtasida jahon ko'rgazmalarini alohida ajratish lozim, ularning maqsadi bo'lib, ishtirokchi-mamlakatlar va yirik xalqaro tashkilotlarning fan, texnika va madaniyat sohasida yutuqlarini ko'rsatishdan iborat. Ular bevosita tijorat maqsadini ko'zlamaydilar. Umumjahon ko'rgazmalarida qoidaga ko'ra jahonning ko'plab davlatlari ishtirok etadilar. Bunday ko'rgazmada ishtirok etishga taklifnomani tashkilotchi-davlat diplomatik yo'l bilan tarqatadi.

Qo'yiladigan eksportlar xarakteri bo'yicha xalqaro ko'rgazma va yarmakalar universal va ixtisoslashganga bo'linadi.

Universal ko'rgazma va yarmakalarda eksponatlar alohida tovar guruhlari bilan chegaralanmagan. Ularda barcha yoki ko'plab sanoat tarmoqlari mahsulotlari qo'yilishi mumkin. Ixtisoslashgan ko'rgazma va yarmakalarda (tarmoq) odatda bir yoki bir necha o'xshash sanoat tarmoqlari tovarlari yoki qandaydir amaliy fan yutuqlari ko'rsatilishi mumkin.

Xalqaro ko'rgazma va yarmakalarni rivojlanishi uchun xarakterli bo'lib, ularning ixtisoslashuvining o'sishi hisoblanadi, shu bilan birga ko'p jihatdan yarmakalarga nisbatan ko'rgazmalarga tegishlidir. Ixtisoslashuvining kuchayishi sanoatning turli tarmoqlari ishlab chiqaradigan mahsulotlarning nomenklaturasini shunday o'lchamlarda ko'payishi bilan anglanadiki, faqatgina ularning yangi namunalarini bir joyda chegaralangan maydonda namoyish etilishi qiyinlashib qoladi. Shuning uchun tez-tez bir va bir-biriga yaqin ishlab chiqarish tarmoqlarini ifoda etuvchi xalqaro ko'rgazma va yarmakalar tashkil etiladi. Ko'rgazma eksponatlari o'rtasida mashina va uskunalarning ulushi ancha oshib borishi xarakterlidir, bu esa ushbu tovarlarning spetsifikasi bilan bog'liqdir. Uskuna, jihozlar va mashinalarni harakat holatida ko'rsatish yaxshiroqdir, chunki bu ularning unumdorligi, texnologik xossalari, konstruksiyasi xususiyatlarini aniqlashga yordam beradi.

Bu ko'rgazmalarda keng qo'llaniladi va xaridorlarning keng doirasini o'ziga jalb etadi. Ixtisoslangan yarmarkalarni eng ko'p miqdori keng iste'mol mollari ishlab chiqaruchi, jumladan, kiyim-kechak, poyafzal, mato ishlab chiqaruchi sohalarga to'g'ri keladi.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar ko'plab davlatlarda o'tkaziladi, lekin ular ko'proq G'arbiy Evropa va AQShda keng tarqalgan. Faqat 5ta mamlakat-Germaniya, Angliya, AQSh, Frantsiya, Italiya ulushiga o'tkaziladigan barcha xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarning 2G`3 qismi to'g'ri keladi.

Rivojlangan mamlakatlarning eng yirik savdo-sanoat yarmarkalari orasida Frankfurt-na-Mayne (Germaniya), Parij, Nitsta (Frantsiya), Bryussel (Belgiya), Geteborg, (Shvetsiya), Padue, Milan, Tokio (Yaponiya), Vankuver (Kanada), Barselona (Ispaniya), Vellingtone (Yangi Zelandiya)da o'tkaziladigan xalqaro yarmarkalarni aytish mumkin.

Rivojlanayotgan mamlakatlardagi xalqaro yarmarkalarning ham ahamiyati ham oshmoqda. Ular o'rtasida eng yiriklari Damashq (Suriya), Tripoli (Liviya), Akkra (Gana), Madras (Hindiston), Kasablanka (Marokash), Santyago (Chili)dagi yarmarkalardir.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar rivojlanishi uchun ular sonining ortishi, ko'rgazma maydonlarining kengayishi, ular ixtisoslashuvining ortishi, eksponatlar umumiy nomenklaturasida mashina va uskunar ulushining ortib borishi xarakterlidir.

Bir mamlaktning davlat ifodalari, savdo-sanoat assotsiatsiyalari yoki xususiy firmalari tomonidan boshqa mamlakat hududida o'z mamlakatining yutuqlari va savdo munosabatlarini rivojlanishini ko'rsatuvchi milliy ko'rgazmalar katta ahamiyatga ega bo'lib bormoqda.

O'tkazish usuli va muddati bo'yicha ularni quyidagi turlarga bo'lish mumkin: qisqa muddatli ko'rgazmalar; ko'chma ko'rgazmalar; namunalarning doimiy ko'rgazmalari; savdo markazlari; savdo haftalari.

Qisqa muddatli ko'rgazmalar (solo-ko'rgazmalar) uch hafta mobaynida o'tkaziladi. Bu ko'rgazmalar umumiy xarakterga ega bo'lib, o'z mamlakatining

ishlab chiqarish faoliyatining barcha sohalaridagi yutuqlarini namoyish etadi, yoki ixtisoslashgan bo'lishi mumkin, ya'ni qaysidir tarmoq yutuqlarini ko'rsatishi mumkin.

Ko'chma ko'rgazmalar turli transporlardan foydalangan holda tashrif buyuruvchilar sonini kengaytirish maqsadida tashkil etiladi. Suzuvchi ko'rgazmalarni tashkil etish, xususan Yaponiya, Shvetsiya, Angliyada keng yoyilmoqda. Bunday ko'rgazmalar yirik kema bortida tashkil etiladi, ular esa bir necha port shaharlarga kirib boradilar va namoyish etadilar hamda qo'yilgan tovarlarni sotadilar. Ko'rgazma eksportlari kemandagi paluba, kayuta va yo'laklarida joylashtiriladi. Yirik o'lchamdagi mashinalar va qurilish anjomlari maketlar ko'rinishida va suratlarda namoyish etiladi. Kemada tegishli mutaxassislar uchun maslahatlar ham tashkil etiladi, reklama va texnik prospektlar tarqatiladi. Suzuvchi ko'rgazmalar kemani yollagan Savdo assotsiatsiyalari va ayrim firmalar guruhi tomonidan tashkil etiladi va tovar namunalarini ko'rsatish uchun kemani qaytadan jihozlaydilar. Namunalarni namoyish etish chakana savdo hamda kontraktlarni tuzish bilan birga olib boriladi. Ko'rgazmani tashkil etish bo'yicha xarajatlar firmalar-eksponentlar o'rtasida taqsimlanadi. Suzuvchi ko'rgazmani davlat tashkiloti yoki tegishli assotsiatsiya tomonidan moliyalashtirish ham mumkin. Ko'rgazmani tashkilotchisi bo'lib, kemaga egalik qiluvchi kompaniya ham bo'lishi mumkin.

Tovar namunalarining ko'chma ko'rgazmalari avtofurgonlar, samolyotlar salonlarida o'tkazish ham etarlicha keng tarqalmoqda.

Namunalarni doimiy ko'rgazmasi chet elda o'z mamlakatining diplomatik konsulligida va boshqa vakolatxonalarida namunalar bo'yicha bitimlar tuzish uchun eksport mahsulotning namunalarini xorijiy xaridorlarga namoyish etishi maqsadida tashkil etiladi.

Rivojlangan mamlakatlar tomonidan chet elda tashkil etiladigan doimiy harakatdagi savdo markazlari ham katta rol o'ynay boshladi. Savdo markazlari o'zlari joylashgan mamlakatlarda ixtisoslashgan ko'rgazmalarni tashkil etish bo'yicha keng faoliyat olib boradilar. Ular eksponent-firmalar uchun ko'rgazma maydonlarini tekin taqdim etadilar, o'z hisobidan ko'rgazmani loyihalash va bezash hamda ayrim

stendlarni montaj va demontaj qiladilar, mahalliy bezatish va boshqa firmalar ishiga haq to'laydilar, ko'rgazma ishtirokchilariga bozordagi holat to'g'risida axborot berib boradilar.

Ko'rgazmalarning yangi turi bo'lib savdo haftalari hisoblanadi. Odatda ular yirik shaharlarning universal do'konlarida iste'mol tovarlarini namoyish etish va sotish uchun tashkil etiladi.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda tuziladigan tijorat bitimlar turlari.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda tuziladigan kontraktlarning asosiy turi - bu keyinchalik tovarni qo'yish bilan qo'yilgan namunalar bo'yicha bitimlardi (modellar, chizmalar, kataloglar bo'yicha).

Bitimning boshqa turi - eksponatlarni o'zini sotish: mashina va uskunalar, uzoq foydalaniladigan predmetlar va keng iste'moldagi ba'zi bir tovarlar. Bunday bitimlarni tuzishda xaridor sotib olingan tovarni ko'rgazma yoki yarmarka yopilishi birlan olib ketishi kelishib olinadi. Bunday bitimlar odatda franko-yarmarka sharti bilan tuziladi. Ayrim hollarda eksponent tovarni xaridorga etkazib berishni o'z zimmasiga olishi mumkin. Bunday bitimlarni tuzishda tovar ushbu mamlakatdan reeksport qilinmasa, kim bojxona bojini to'lashi belgilanadi.

Ushbu ko'rgazma yoki yarmarkada o'rnatilgan umumiy qoidalariga aosan yoki hukumatlararo kelishuvga muvofiq eksponentlar kontengentlar o'rnatish chegaralarda ko'rgazma yoki yarmarka hududidagi ma'lum miqdorda tovarlar olib kirishi va sotish mumkin. Ushbu kontingentlar o'lchami eksponentga barcha xarajatlarini mahalliy valyutada qoplashga imkon beruvchi, stendlar band etgan maydonlar, transport xarajatlari va uning a'zolarining etib kelishi xarajatlarini qoplash summasi belgilanadi.

Ko'rgazma va yarmarkalar faoliyatini tartibga soluvchi tashkilotlar.

Ko'rgazma va yarmarkalar faoliyatini tartibga solish ko'rgazma yoki yarmarka o'tkazilayotgan davlat idoralar hamda xalqaro tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladi.

- Mahalliy idoralar-bular xalqaro aloqalar rivojlanishiga ko'maklashuvchi vazirliklar va muassasalar, savdo palatalari, sanoatchilar va savdo qiluvchilar assotsiatsiyasi, jamoat tashkilotlari va shahar munitsipalitetlaridir. Ular tomonidan yarmarkalarni boshqarish bo'yicha doimiy ishchi organlar va vaqtinchalik bo'lgan yuridik shaxs maqomini olgan ko'rgazmalarni boshqarish bo'yicha ko'rgazma ko'mitalari yoki boshqarmalari tashkil etiladi. Boshqarma yoki qo'mitalar tegishli apparat orqali ko'rgazma va yarmarkalarni tayyorlash va o'tkazilishni tashkil etadilar. Ko'rgazma va yarmarkalar ishtirokchilari va ularni tashkil etuvchilarning huquqiy holati belgilangan tartibdagi reglament yoki ko'rgazma va yarmarkalarda ishtirok etish qoidalari bilan aniqlanadi.

Ko'rgazma va yarmarkalar o'tkaziladigan mamlakatlar hukumati ularga moddiy bazani yaratishda va eksponentlar va ular yuklariga turli imtiyozlar yaratishda ko'maklashadilar.

Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar ko'mitalari va boshqarmalarining tashkiliy-texnik ishini muhim shakli bo'lib, ishtirokchilar o'rtasida ilmiy-texnik tajribani almashishga ko'maklashuvchi tadbirlarni o'tkazish, tovarlar reklamasini amalga oshirish hisoblanadi. Bu tadbirlar xalqaro savdoga jiddiy ta'sir ko'rsatadi, ko'rgazmaga mutaxassislar, sanoatchilar, savdo xodimlarini jalb etish orqali eksport-import bitimlarining summasini ko'paytiradi. Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarni tashkil etish shakllari va tartibga solish ayrim mamlakatlarda o'ziga xos xususiyatlarga ega.

- Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar faoliyatini tartibga soluvchi xalqaro tashkilotlarga quyidagilar kiradi.

1931 yilda tashkil etilgan ko'rgazmalar xalqaro byurosi, u 1928 yildagi Parij konventsiyasini bajarishni kuzatish uchun yaratilgan. Konventsiyaning vazifalariga turli mamlakatlar o'rtasida mumkin bo'lgan etishmovchiliklarni bartaraf etish maqsadida rasmiy xalqaro ko'rgazmalarni tashkil etish tartibini reglamentlash, ko'rgazmalarni tasniflash, ko'rgazmalarni tashkil etuvchi va unda qatnashuvchi mamlakatlar huquq va majburiyatlarini aniqlash, eksponent tovarlarga munosabatlar belgilash tartibini ishlab chiqish kiradi. Konventsiya ko'rgazmalar tashkil etish

muddatini, ular kategoriyasiga, qarab aniqlanadi. Ko'rgazmani tashkil etuvchi mamlakat taklifnomalarni tarqatishdan 6 oy avval uni xalqaro ko'rgazmalar byurosida ro'yxatdan o'tkazish kerak.

Konventsia ko'rgazma ishtirokchilari uchun qator imtiyozlarni ko'zda tutadi; eksponatlar uchun maydonlarni tekin berish; eksponatlarni orqaga qaytarib olib ketish majburiyati bilan vaqtinchalik poshlinasiz keltirish; pavilon va stendlarni yaratish uchun qurilish materiallari, kataloglar va boshqa reklama nashrlarini poshlinasiz olib kirish. Agar bunga mamlakat qonunlari to'sqinlik qilmasa, eksponent o'z eksponatlarini ko'rgazma tugashi bilan sotish huquqiga ega.

Xalqaro yarmarkalar ittifoqi 1925 yilda xalqaro yarmarkalar doimiy hamkorligini qo'llab-quvvatlash va va tashkil etish, ular faoliyati doiralarini kengaytirish va davlatlararo tovaraylanishi rivojlanishiga ko'maklashish, ular huquqlarini rivojlanishiga ko'maklashish, ular huquqlarini himoyalash maqsadida yaratilgan. Ittifoq xususiy birlashma hisoblanadi. Ittifoq a'zolari ta'sischi-a'zolar, huquqiy va favquloddagi a'zolarga bo'linadi. Ta'sischi-a'zolar bo'lib shunday yarmarkalar hisoblanadiki, ya'ni ular tashabbusi bilan ittifoq tuzilgan bo'ladi. Ittifoqning haqiqiy a'zoliciga o'z mamlakati hukumati tomonidan xalqaro deb huquqiy tan olingan, nufuzli tashkilotlar tomonidan yaratilgan, besh yildan kam bo'lmagan muddatda faoliyat olib boruvchi, uning yarmarka jihozlariga ega, vositachilarga bog'liq bo'lmasdan sanoat va savdo firmalarini ishtirokchi sifatida jalb etuvchi yarmarkalar qabul qilinadi. Haqiqiy a'zolari bo'lib, ittifoq a'zolari bo'lgan, boradigan mamlakatlarida xalqaro yarmarkalarga bo'lmaydigan yarmarkalar bo'lishi mumkin. Favqulodda a'zolari sifatida shunday yarmarkalar qabul qilinadiki, ular bitta yoki bir necha xalqaro yarmarkalar mavjud bo'lgan mamlakatlarda tashkil etilgan bo'ladilar.

Xalqaro yarmarkalar ittifoqi yarmarkalar rivojlanishiga ko'maklashuvchi tadbirlar loyihasini ishlab chiqadilar, yarmarkalar o'tkazish kalendar jadvalini tuzadilar, o'z a'zolari o'rtasidagi tortishuvlarni echish uchun arbitraj komissiyasini tuzadilar, xalqaro yarmarkalar reklamasiga ko'maklashadi, oylik jurnal chop etadi. Ittifoq o'z faoliyatida quyidagi natijalarga erishdi: xalqaro yarmarkalar hududida bojxona omborlari to'g'risidagi nizomni tarqatdilar; bojxona rasmiyatchiligini

soddalashtirdilar; yarmarka ishtirokchilariga import kontingentlarini ajratish, yarmarkada o'rnatilgan ixtirolar yarmarka yuklarini tashishiga imtiyozli transport tariflarini belgilash.

BMT Evropa iqtisodiy komissiyasi huzuridagi tashqi savdoni rivojlantirish bo'yicha komissiya ishchi guruhi 1955 yilda tashkil topgan. Uning tarkibiga 20ta mamlakat vakillari hamda xalqaro yarmarkalar ittifoqi va xalqaro savdo palatasi kiradi. Guruh BMT a'zo mamlakatlari xukumatlariga namunalar yarmarkasi va ko'rgazmasi bo'yicha ma'muriy imtiyozlar, ishlab chiqqan. Ushbu tavsiyalar ko'rgazma va yarmarkalar ishtirokchilariga vizalar berish (bepul, qisqa muddatlarda-15 kundan ortiq emas), stendlarni bezash uchun (poshlinasiz) reklama va qurilish materiallarini kiritish, eksponat va sinab ko'rish uchun namunalar (poshlinasiz), eksponentlarga xorijiy valyutani olish tartibi, ularga tovar kontingentlarini berish tartibini aniqlaydi.

Sanab o'tilgan xalqaro tashkilotlardan tashqari ayrim tovar guruhlar bo'yicha xalqaro tarmoq ko'rgazmalari va yarmarkalari vaqtinchalik birlashmalari ham mavjud: avtomobillar; mototsikllar, metall qirquvchi stanoklar, poligrafiya uskunolari, tekstil bo'yicha. Ushbu xalqaro tashkilotlar xalqaro ko'rgazma va yarmarkalar tashkil etishga ko'maklashadilar, uning ishtirokchilari uchun imtiyozlarni yoyishga harakat qiladilar.

Qisqa xulosalar

Reklama (lotincha - qichqirmoq) bu biror korxona, mahsulot, xizmat turi, ijtimoiy faoliyatning biror turini ommalashtirish maqsadida qilingan ishdur.

Reklamaning asosiy vositalariga spravochnik va vaqtli matbuot reklamasi, pechat reklamasi radio va elevidenie reklamasi, kinoreklama, sirtqi yoki tashqi reklamalar, savdo joylaridagi reklama, ashyoviy reklama, tovar bezagidagi reklamalar, nufuzli reklama va tovarni ishlatib ko'rish yo'li bilan reklama qilish va boshqalar kiradi.

Reklama agentligi – ixtisoslashgan firma bo'lib, o'z mijozlariga loyihalar tuzish va reklamani amalga oshirish bo'yicha xizmatlarni taklif etadi.

Reklama agentliklarini quyidagi tamoyillar bo'yicha tasniflash mumkin:

- ko'rsatilgan xizmat xajmi bo'yicha – «butunlay xizmat ko'rsatuvchi» agentliklar (bozorni tadqiq qilishdan tortib barcha xizmatlarni o'z zimmasiga oladi) va xizmati cheklangan agentliklar;

- ko'rsatilgan xizmatning ko'rinishi bo'yicha – universal, ixtisoslashgan (ma'lum tovarlar yoki reklama vositalari bo'yicha);

- faoliyat doirasi bo'yicha – ichki bozordagi va ichki hamda tashqi bozordagi.

«butunlay xizmat ko'rsatuvchi» agentliklar juda keng tarqalgan bo'lib, ular o'z mijozlariga savdo-reklama siyosatining umumiy va alohida masalalari bo'yicha maslahatlar beradilar; sanoat firmalariga u yoki bu tovar chiqarishning maqbulligi haqida tavsiyalar beradilar; reklama kompaniyasining reja va smetalarini tuzadilar, uning harakati muddati va davomiyligi aniqlaydilar; kompaniya rejasiga muvofiq xarid joyi, vaqti va xizmatini amalga oshiradilar; reklamaga tayyorgarlikni amalga oshiradilar. Shu tarzda «butunlay xizmat ko'rsatish agentligi» reklama kompaniyasini ishlab chiqish va yurgizish bilan bir qatorda marketing bilan bog'liq bir qator xizmatlarni ham bajaradi.

Reklama beruvchilar sifatida nafaqat sanoat korxonalari, shuningdek, turli xil xizmatlarni, inijiring, transport, sug'urta, maslahat va boshqa xizmatlarni taklif etuvchi firmalar ham ishtirok etishlari mumkin.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Xalqaro amaliyotda reklamaning o'rni qanday?
2. Xalqaro amaliyotda ko'rgazmaning o'rni qanday?
3. Xalqaro amaliyotda yarmarkalar faoliyatining o'rni qanday?
4. Mamlakatimizda reklamaning rivojlanishi haqida nima deya olasiz?
5. Reklama faoliyatini tashkil qilish qanday olib boriladi?
6. Reklamaning mazmuni, mohiyati va ahamiyatini tushuntiring.
7. Reklamaning asosiy vositalari nimaladan iborat?
8. Reklamani amalga oshirishning tashkiliy shakllari qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Гречикова И. Н. Международное коммерческое дело.
2. Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
3. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
4. Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
5. Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.:-Телеком.- 2008. - 480 с.

GLOSSARIY

Xalqaro tijorat ishi – moddiy qimmatliklar va xizmatlarni xalqaro almashtirishga xizmat qiladigan, xalqaro tijorat operatsiyalarini tashkil qilish va yuritish texnikasi bilan bog'liq nazariy va amaliy bilimlarning alohida doirasi hisoblanadi

Xalqaro savdo bitimlari, deganda turli mamlakatlardagi ikki yoki bir necha tomonlarning etkazib beriladigan tovarlarning belgilangan miqdor va sifat birligidagi yoki tomonlarning kelishilgan shartlariga muvofiq, ko'rsatiladigan xizmatlar shartnomasi (kelishuvi) tushuniladi.

Xalqaro tijorat operatsiyalari - bu xalqaro bozorda tovar ayirboshlash operatsiyalarini amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan masalalarni hal qilishni ta'minlovchi ba'zi tashkiliy strukturalar va alohida firmalar faoliyatidir.

Xalqaro tijorat operatsiyalarining sub'ekti - firmalar va davlat tomonidan tashqi bozorga chiqish uchun ruxsat berilgan tashkilotlar.

Xalqaro tijorat operatsiyasi ob'ekti - tovar va xizmatlar ayirboshlashdagi, ishlab chiqarish va ilmiy-texnik hamkorlikdagi moddiy jarayonlar.

Konragentlar - xalqaro tijorat operatsiyasidagi tovarlar va xizmatlarni oldi-sotdi shartnomasida ishtirok etuvchi tomonlar.

Tadbirkorlar uyushmasi - alohida guruhdagi ishbilarmonlarning birlashmasi.

PROON - tizimning texnik yordami uchun yo'naltirilgan mablag'larning miqdori va yo'nalishini tartibga soluvchi asosiy organ.

Tovar bozorlari - tovarni almashuv ob'ekti sifatidagi bozorlar.

Erkin (ochiq) bozorlar - kontragentlar o'rtasidagi tijorat bitimlarini tuzishda cheklashlar bo'lmaydigan bozor.

Tutashgan (yopiq) bozorlar - korporatsiya ichidagi TMK ta'minoti, xalqaro tovarooborotini 40 foizini tashkil etadiga bozorlar.

Tartibga solinadigan bozorlar - mustahkamlashga yo'nalgan xalqaro tovar kelishuvlarini faoliyatiga mos tushadigan bozorlar.

Jahon tovar bozorlari - xalqaro tovar ayirboshlash va ayirboshlash ob'ekti sohasiga tegishli bozorlar.

Ichki bozor - muayyan mamlakatni chegaralari bilan cheklangan tovar ayirboshlash sohasini qamrab oladigan maxalliy tadbirkorlar, hamda mamlakatlarning firma va tashkilotlari.

Tashqi bozor - muayyan mamlakatni milliy chegaralaridan tashqariga chiqadigan tovar muomilasini barcha sohasini qamrab oladigan

Sotuvchi bozori - talab taklifdan oshib ketadigan bozor. Teskarisi Xaridor bozori - taklif talabdan oshib ketadigan bozor.

Tovar birjalari - bir birini almashtiruvchi, sifat jixatdan o'xshash, urug'doshlik xususiyatlariga ega bo'lgan tovarga bitimlar tuziladigan bozorlar.

Auktsionlar - individual xususiyatga ega bo'lgan tovarlarga bitimlar tuziladigan bozorlar.

Savdolar - oldindan kelishuvlarni talab qiladigan komplekt ob'ektlar, jihoz va mashinalarni qiyin, noyob turlariga bitimlar tuziladigan bozorlar.

Ergonomik ko'rsatkichlar - mahsulotni inson organizmining xususiyat va fazilatlariga muayyan mahsulotni iste'mol qilish jarayonida mos kelishi (gigienik (shovqinlik, tebranuvchanlik, chang yutishlik), antropometrik (inson badanining tuzilishi va razmerlariga mosligi), fiziologik, psixologik va boshqalar..

Estetik ko'rsatkichlar - mahsulotni tashqi shaklini: uni jozibaliligi, ifodaliligi, muayyan iste'molchiga emotsional ta'sirliligi.

Ekologik ko'rsatkichlar - atrof-muhitni muhofaza qilish va tabiatdan ratsional foydalanish doirasida xalqaro va milliy tashkilotlar tomonidan belgilangan standartlar, normalar va qoidalar aniqlab beradigan talablar mosligi.

Iqtisodiy ko'rsatkichlar - muayyan mahsulotni xarid qilib olish va qo'llash bilan bog'liq bo'lgan xaridorlar xarajatlarini qiymat jihatdan baholash.

Sifat - iste'molchilarni ma'lum ehtiyojlarini foydali va layoqatli qondirish, mahsulot fazilatlarini, belgilangan maqsadini xarakterlab beruvchi mahsulot xususiyatlari.

Raqobatbardoshlik - mahsulotni individual iste'molchining muayyan ehtiyojlarini qondirish darajasi

Bozor sig'imi - tovar zahiralari va eksport, import, ishlab chiqarish haqidagi ma'lumotlar asosida iste'mol balansini hisoblash.

Segment - aniq tovar bozorini bir qismi.

“Kabinet” tahlili (desk researeh)- rasmiy nashr qilingan manbalar asosida olingan ma'lumotlar tahlili.

Eksport-import operatsiyalari - moddiy-ashyoviy shakldagi tovarlarni oldi-sotdisi bilan bog'liq bo'lgan tijorat faoliyati.

Bojxona xududi - bojxona idorasi amalga oshiradigan tovarlarni chiqarilishi va keltirilishini nazorat qiluvchi xudud.

Import operatsiyalari - chet el tovarlarini o'z mamlakatini ichki bozorida, ularni keyinchalik sotish uchun sotib olish va keltirish bilan bog'liq bo'lgan faoliyat.

Reimport - avval o'z mamlakatidan olib chiqilgan, u erda ishlov berilmagan tovarlarni chetdan keltirish.

Qo'shimcha yozilgan omborlar - bojxona nazorati ostida ma'lum bir bojxonaga qo'shimcha yozilgan barcha xonalar va maydonlar tushuniladi.

Erkin zona (erkin savdo zonasi, erkin iqtisodiy zonasi) - shu mamlakatning bojxona xududidan tashqarida joylashgan portning xududi.

Demping - bir davlat tovarini ikkinchi davlat bozorida normal narxidan past bahoda sotilishi.

Litsenziyalashtirish - eksport-import operatsiyalarini o'tkazish uchun davlat tashkilotlari tomonidan berilgan maxsus ruxsatnoma.

Bosh (generalnaya) litsenziya - ma'lum davr mobaynida faoliyat ko'rsatib eksport va import operatsiyalarini unda qayd qilingan tovarlar namenklaturasi bo'yicha beriladigan litsenziya.

Individual litsenziya - xalqaro savdo shartnomasi bo'yicha ma'lum bir tovar uchun bir marta berilgan ruxsatnoma.

Chegaraviy soliq va yig'implar - maxalliy tovarlardan olinadigan, o'zining belgilanishiga qarab taqqoslanadigan soliqlar.

Oferta - tijorat amaliyotida sotuvchining xaridorga tovarning ma'lum bir partiyasini sotuvchi tomonidan qo'yilgan ma'lum shartlar asosida ezma ravishdagi taklifi.

Qat'iy oferta - oferent tomonidan bitta xaridorga ko'rsatilgan muddat ichida shunday taklifni boshqa bir xaridorga taklif qilmasligi to'g'risida ma'lum bir partiyadagi tovarlarni sotish uchun yozma ravishdagi taklifi.

E'tirozsiz aktsept - xaridor oferta shartlariga rozi bo'lganda sotuvchiga yozma ravishda yuboradigan tasdiqnoma.

Erkin oferta - odatda bitta yoki bir nechta xaridorlarga taqdim qilinadi, unda javob uchun muddat ko'rsatilmaydi va oferentni o'z taklifiga bog'lab qo'ymaydi, xaridorning roziligi qat'iy kontroferta bilan tasdiqlanadi.

Buyurtma - eksport bitimini tayyorlashning keng yoyilgan shakli.

Taklif (oferta) - shartnoma tuzish maqsadida tovarlarni taklif qilish shartlari aks ettirilgan xujjat.

Shartnoma - xaridor va sotuvchi o'rtasidagi tovarlarni etkazib berish kelishuvi to'g'risida dalolat beruvchi hujjat.

Pul, tovar yoki aralash to'lovi shaklidagi shartnomalar. Tovarga to'lanadigan haq to'lash turiga qarab shartnomalar pul shaklida eki tovar shaklida bo'ladi.

Pul shaklidagi to'lov shartnomasida tomonlar orasida to'lov usuli va shakli kelishiladi va aniq bir valyuta orqali to'lov amalga oshadi.

Tovar shaklidagi to'lov shartnomasida oldi-sotdi bir yoki bir necha tovarni boshqa bir tovarga xorijiy valyutada hisoblanib amalga oshadi. Bunday shartnomalarga tovar almashishi va kompesatsion kelishuvlar kiradi.

Tovar almashuvi yoki barter (barter-inglizcha) kelishuvlarida (tovarlar) bir turdagi ma'lum miqdor tovarni boshqa turdagi ma'lum miqdor tovarlarga qiymat jihatdan almashtirish tomonlar roziligi bilan amalga oshiriladi

Buyurtmani tasdiqlash - buyurtmani bajarish majburiyatini yoki shartlarini qabul qilinishini tasdiqlovchi hujjat.

Hisob-proforma - xaqiqiy hisobdagi axborotni o'z ichiga oluvchi va dastlabki yakuniy hisob sifatida sanaladigan hujjat.

Tender - buyurtmachining talablariga javob beradigan savdolarida ishtirok etayotgan oferentning taklifi bo'lib unda aks ettirilgan texnik shartlarni oferent tomonidan ko'rsatilgan ishlarni bajarishni o'z zimmasiga olishi roziligi va xizmatlarning narxi aks ettirilishi.

Talabnoma - unda aks ettirilgan tovarlarga bo'lgan qiziqishni bildirgan hamda etkazib beruvchiga taklif olish maqsadida jo'natiladigan hujjat.

Mo'ljallar xaqida xat - xaridorni sotuvchini uning taklifi qabul qilganligi va shartnomani tuzishga tayyorligi haqida ma'lum qiladigan hujjat.

Etkazib berish instruktsiyasi - xaridor tomonidan ekspeditorga buyurtma qilingan tovarlarni etkazib berish shartlariga qarashli instruktsiyalarni o'z ichiga oladigan hujjat.

Tenderli hujjatlantirish - buyurtmachining savdoda kutilayotgan takliflarning tuzilishiga bo'lgan talabini belgilashi.

Tender proformasi - oferent tomonidan tenderli hujjatlantirish shartlar asosida ma'lum bir ishlarni amalga oshirishga rozilik berganda to'ldirilishi va imzolanishi kerak bo'lgan formulyarlar.

Oldi - sotdi shartnomasi - import qiluvchi va eksport qiluvchi tomonidan imzolangan tovarni etkazib berish shartlarini aks ettiruvchi shartnoma.

Preambula - shartnomani kirish qismi.

Standart - bu tovarni sifatli tavsifi beriladigan xujjat.

Spetsifikatsiya - tovarni tavsiflab beradigan zarur bo'lgan texnik parametrlarini o'z ichiga oluvchi xujjat.

Tamg'alash - mahsulotda, uning qadog'ida, birkasidagi kerakli yozuvlar, ko'rinishlar, shartli belgilarni qo'yish.

Sotib olish uchun topshiriq - mahsulot ishlab chiqarishga kerakli bo'lgan material va buyumlarni sotib olish uchun korxonada beriladigan hujjat.

Ishlab chikarish yo'riknomasi - buyurtmaga asosan eki sotish uchun mo'ljallangan mahsulotni ishlab chikarishga mo'ljallangan hujjat.

Ombordan olib chiqish uchun naryad - korxonada beriladi va buyurtmachi tomonidan buyurtirilgan tovarlarni ombordan olib chiqish uchun ruxsat hujjati.

Faktura jadvali - korxonada beriladigan mahsulotning sotilishi to'g'risidagi ma'lumot beruvchi va tijorat hisoboti uchun asos bo'luvchi hujjat.

Qadoqlash bo'yicha yuriqnoma - korxonada beriladigan tovarni qadoqlash bo'yicha ma'lumot yig'indisi.

Korxonada transport ishlari naryadi - korxonada mahsulotni transportda tashish yuriqnomasi.

Fraxt talabnomasi - mol etkazib beruvchining mahsulot tashuvchiga mahsus jo'natish uchun joy ajratishni, kerakli transport vositasini jo'natish vaqtini belgilovchi hujjat.

Hujjat yo'riqnomasi - eksport qiluvchining mahsulotni transportlash bo'yicha talablari.

Mahsulotni etkazib berish topshirig'i - xavo bo'ylab etkazib berish-mahsulot yuk etkazib beruvchi tomonidan taqdim qiluvchi hujjat.

Yuk tashish orderi (mahaliy yuk tashish uchun) - mahaliy yuk tashish bo'yicha yo'riqnoma, masalan, korxona omboridan yukni etkazib beruvchining omborigacha tovarni etkazib berish uchun hujjat.

Tijorat hisobi - asosiy hisob-kitob hujjati.

Sotib olish uchun topshiriq - maxsulot ishlab chiqarishga kerakli bo'lgan material va buyumlarni sotib olish uchun korxonada beriladigan hujjat;

Ishlab chiqarish yo'riqnomasi – mahsulotni buyurtmaga asosan sotish yoki ishlab chiqarishga mo'ljallangan hujjat.

Ombordan olib chiqish uchun naryad - korxonada beriladi va buyurtmachi tomonidan buyurtirilgan tovarlarni ombordan olib chiqish uchun ruxsat hujjati.

Tijorat hisobi - asosiy hisob-kitob hujjati.

Hisob-kitob fakturasi - xaridor mahsulotni to'liq qabul qilganidan so'ng eziladigan xujjat.

Mahsuslashtirilgan hisob - tovarni bahosi va xili, hamda butun tovarning umumiy qiymati ko'rsatiladigan xujjat.

Oldindan to'lash hisobi - tovarlarni qabul qilib oluvchi mamlakatda ezib berilishi mumkin bo'lgan hujjat.

Proforma-hisob - tovar qiymati va bahosi to'g'risida ma'lumot beriladigan hujjat.

Mahsuslashtirilgan hisob - tovarlarni hamma turi va navlarining miqdori ko'rsatilgan hujjat.

Texnika hujjatlari - uzoq muddat foydalanadigan keng iste'mol tovarlari va etkazib beriladigan moslamalarda talab qilinadigan hujjatlar.

Sifati to'g'risida sertifikat - amalda taqdim etilgan tovarlar sifati guvohnomasi va shartnoma shartlariga muvofiqligi ko'rsatiladigan hujjat.

Kafolat majburiyati - kafolat xati ma'lum shartnoma shartlariga muvofiqligini tasdiqlovchi hujjat.

Sinov baennomasi - belgilangan kun va soatda korxonada sotuvchi bilan oluvchilar vakillarini qatnashib borishida to'la sinov o'tkazilgandan keyin tuziladigan hujjat.

Bank bo'yicha o'tkazish yo'riknomasi - mijoz o'zining bankiga ma'lum summani to'lash topshirig'i xaqida hujjati.

Bank to'loviga buyurtma - mijozning o'zining bankiga sarf qilishga bergan buyurtmasi.

Inkassa to'lovi to'g'risida bildirish - inkassa bo'yicha to'lov amalga oshirilganligi to'g'risida bank ma'lumoti hujjati.

Tovar akkreditivi bo'yicha to'lov to'g'risida bildirish - tovar akkreditivi bo'yicha to'lov to'g'risida bank ma'lumoti hujjati.

Bank kafolatiga buyurtma - mijoz o'zining banki erdami orqali boshqa mamlakatda joylashgan tomondan ko'rsatilgan summasi va to'lov valyutasi to'g'risidagi kafolat olish to'g'risidagi hujjati.

Bank kafolati - bank pul miqdorini to'lab berish majburiyati to'g'risidagi hujjat.

Qarzdorlik majburiyati - sotib oluvchi tomonidan amaldagi qonunlar asosida yoziladigan hujjat bo'lib, bunda uning shu hujjatda ko'rsatilgan muddatda ko'rsatilgan pul miqdorini bir tomonlama to'lash majburiyati aks ettiriladi.

Sug'urta polisi – sug'urta shartnomasini tasdiqlovchi va shartnoma shartlarini o'z ichiga olgan sug'urtachi tomonidan beriladigan hujjat.

Reysli sug'urta polisi tovar jo'natiladigan portda sug'urtachi va sug'urtalanuvchi yoki ekspeditori tomonidan imzolanib sug'urta jamiyati blanklarida rasmiylashtiriladigan hujjat.

General polis – sug'urtachi va sug'urtalanuvchi tomonidan uzoq muddatga tuziladigan shartnoma.

Aralash polisda - ob'ekt, ma'lum bir reysga yoki ma'lum muddatga sug'urta gilinadigan hujjat.

Sug'urta sertifikat – sug'urta jamiyati tomonidan beriladigan hujjat.

Sug'urta e'loni(bordero) – sug'urtalanuvchi tomonidan sug'urtachiga sug'urta shartnomasiga kiradigan aloxida jo'natishlar to'g'risida to'liq ma'lumot berganda qo'llaniladigan hujjat.

Sug'urta hisobi – sug'urtalanish summasi va to'lanishi majburiyligi ko'rsatilgan sug'urtachi tomonidan beriladigan hujjat.

Kovernot – sug'urtachi (sug'urtachi-makler, agent) tomonidan sug'urtalanuvchiga uning sug'urta to'g'risidagi instruktsiyalari bajarilganligi to'g'risidagi hujjat.

Konosament - kema egasi tomonidan yuk egasiga uning yukini dengiz yo'li orqali tashib berishga qabul qilib olganligi to'g'risida beriladigan hujjat.

Shturman tilxati - tovarning kema xo'jayini tomonidan qabul qilib olganligi to'g'risida guvoxnoma.

Temir yo'l yuk xati – yoki xalqaro xabar berish yuk xati bo'lib, uning kopia dublikati – xalqaro temir yo'l bilan yuk tashishdagi transport hujjati.

Yo'l varaqasi – har bir yuk xati uchun tuziladigan hisoblash hujjati.

Avtoyuklama yuk xati – yuk jo'natuvchi yoki uning nomidan yoziladigan, yuk jo'natuvchi va etkazib beruvchi o'rtasidagi yukni havo yo'li bilan tashishda shartnomaning haqiqiyligini ko'rsatuvchi hujjat.

Aviayuk xati - yuk jo'natuvchi tomonidan 3 nusxada to'ldiriladi va tovar bilan birga etkazib beruvchiga topshiriladigan hujjat.

Aviayuk xati - tuzilgan shartnomani isbotlash, etkazib berish va etkazib berish shartlarini (olish) bajarish hujjati.

Avtoyul yuk xati - avtomobil yo'li bo'yicha yuk xati etkazib beruvchi va jo'natuvchi o'rtasidagi yukni avtomobil yo'llarida tashish to'g'risidagi shartnomaning haqiqiyligini tasdiqlovchi transport hujjati.

Bordero - avtomobil yo'llarida tashishda qo'llaniladigan hujjat.

Daryo yuk xati - dengiz yo'li bilan etkaziladigan, yukni tashish uchun qabul qilingan va belgilangan portda yuk qabul qiluvchiga yukni etkazib beruvchi tomonidan topshirilishi lozim bo'lgan va etkazib beruvchi tarafidan yuk jo'natuvchiga beriladigan transport hujjati.

Universal(ko'p maqsadli) transport hujjati - har bir yuk tashuvchi yoki transport operatori, bu hujjatda qayd etilgan tashishda xalqaro Konventsiya yoki milliy qonunchilik va tashish shartlariga binoan amalga oshirilishi mumkin bo'lgan bir yoki bir nechta mamlakat territoriyasida, bir yoki bir nechta tashish bitimi tuzilganligini ta'kidlovchi hujjat.

Kombinatsiyali tashish hujjati - kombinatsiyali tashishni bajarish yoki ta'minlash maqsadida tuzilgan bitim mavjudligini tasdiqlaydigan aylanma yoki noaylanma hujjat.

Aralash tashish hujjati - operator yukni qabul qilib olganligi hamda bitim shartlariga binoan yukni tashib berish javobgarligini oluvchi hujjat.

Yukni qabul qilish haqida tilxat - aytib o'tilgan shartlarga binoan yuklarning qabul qilinganligi qayd etilgan, tashuvchiga transport hujjatini yozib berish imkoniyatini beradigan, tashuvchi yoki tashuvchining agenti tomonidan beriladigan hujjat.

Kafolat xati – yuk qabul qiluvchi yoki uning banki tarafidan beriladigan hujjat.

Transportirovka qilish to'g'risida ekspeditorlik guvohnomasi (FIATA) – aylanma hujjat bo'lib, quyidagilarni tasdiqlash uchun ekspeditor tomonidan beriladi: ekspeditor aniq partiyani yuk jo'natuvchi instruktsiyasiga binoan transport qilish va tashish va o'zlari belgilangan transportda agentligi vositachiligida yukni hujjat egasiga etkazib berish javobgarligini o'z bo'yniga olishni tasdiqlaydi.

Yukga joy belgilanganligini tasdiqlovchi – etkazib beruvchi tomonidan beriladigan va qandaydir transport vositasida berilgan yuk partiyasi uchun joy belgilanganligini tasdiqlovchi hujjat.

Jo'natma bo'yicha bildirish talabnomasi – tovarni etkazib berish yoki jo'natish topshirig'i hujjati.

Frakta schyoti – transport operatori tomonidan beriladigan va bunda frakta stavkasi va transportirovka harajatlari shuningdek, to'lov shartlari ko'rsatiladigan hujjat.

Yukni kelib tushganligi haqida xabarnoma – etkazib beruvchining yukni qabul qiluvchiga yozma shaklda bergan ishonchnoma hujjati.

Yukni etkazib berishda kelib chiqadigan to'siqlar to'g'risida ma'lumot - tashuvchining jo'natuvchiga yoki kerak bo'lganda yuk qabul qiluvchiga talab.

Yukni etkazib berish to'g'risida habarnoma - yuk qabul qiluvchining iltimosiga ko'ra unga etkazib berishning aniq muddatini habar qilish maqsadida etkazib beruvchi orqali yuk jo'natuvchiga yuborilgan yozma ishonchnomasi.

Yuk manifesti - qandaydir transport vositasida yoki transport birligida etkazib beriladigan yukni tashkil qiluvchi tovarlar ko'rib chiqiladigan hujjat.

Frakta manifesti - yuk manifesti kabi ma'lumotlarni va shuningdek tashish harajatlari va boshqalarni o'z ichiga oladigan hujjat.

Yuklash topshirig'i - etkazib berish shartlariga binoan yuk jo'natuvchi yoki yuk qabul qiluvchi tomonidan odatda transport ekspeditorlik firmasining blankiga yoziladigan hujjat.

Ekspeditor ko'rsatmalari - ekspeditorga beriladigan hujjat bo'lib, u mavjud tovarlarni ekspeditsiya qilish uchun ko'rilishi kerak bo'lgan choralar haqida ko'rsatmalarni o'z ichiga oladigan hujjat.

Ekspeditor tomonidan importyorni xabarlantirish - eksportyor mamlakatda ekspeditorlarga beriladigan va importyor mamlakatida ko'rsatilgan yuklarni ekspeditsiya qilish to'g'risida ekspeditorni ogohlantiruvchi hujjat.

Ekspeditor schyoti - ekspeditorga beriladigan hujjat bo'lib, bunda ko'rsatilgan xizmatlar va ularning to'lanish talabi bo'ladi.

Ekspeditor tomonidan eksportyorga qabar qilish - ko'rsatmalarning bajarilishi to'g'risida eksportyorga habar qilish uchun ekspeditorga beriladigan hujjat.

Yukni qabul qilish bo'yicha ekspeditorlik guvohnomasi (FINTA). Hujjatda qayd qilingan qabul qiluvchiga jo'natish yoki o'zida saqlash to'g'risidagi hujjatlari bir sharoitda aniq bir yuk partiyasi uchun javobgarlik olganligini tasdiqlash maqsadida ekspeditor tarafidan beriladigan noaylanma hujjat.

Jo'natish to'g'risida xabarnoma - yuk jo'natuvchi yoki uning agenti tomonidan etkazib beruvchiga, aralash tashish operatoriga, terminal xokimiyatga yoki boshqa qabul qiluvchilarga beriladigan hujjat.

Ekspeditorlarning ombor tilxati - ombor boshligi sifatida faoliyat ko'rsatadigan ekspeditor tomonidan yoziladigan hujjat.

Tovarni qabul qilish tilxati(ombor kvitantsiyasi) - port, ombor(depo) yoki terminal operatori tomonidan beriladigan hujjat.

Tovar-ombor kvitantsiyasi - yuk egasiga ombor egasi tomonidan ular yukni saqlashga olishni tasdiqlash uchun beriladigan hujjat.

Varrant - omborda turgan tovarlarni garovga qo'yish evaziga bankdan olishni amalga oshirishda foydalanadigan hujjat.

Tovar berishga order – ko'rsatilgan tovarni yuk qabul qiluvchiga berish to'g'risida buyruq berish huquqiga ega tomonlar tarafidan beriladigan hujjat.

Yukka ishlov berish bo'yicha order - yukka ishlov berish bilan shug'ullanadigan tashkilotlar tarafidan tashish uchun yoki ular javobgar bo'lgan yukka ishlov berish uchun beriladigan hujjat.

Tovar uchun ruxsatnoma - port chegarasi territoriyasidan yoki oxirgi punktdan, unda ko'rsatilgan tovarlarni olib chiqish huquqini beruvchi hujjat.

Port yig'imi uchun hujjat - ko'rsatilgan xizmatlar narxi; saqlash va yuklarga ishlov berish; kema to'lovi; tovar egalarining boshqa yig'implari ifodalangan hujjat.

Bojxona deklaratsiyasi - tovarlarni import yoki eksport qilishda yukka javobgar shaxs tomonidan beriladigan ariza.

Valyuta nazorati deklaratsiyasi(eksport) – sotuvchi eksportchi tarafidan to'ldiriluvchi hujjat.

Valyuta nazorati deklaratsiyasi(import) – importchi (xaridor) tarafidan to'ldiriladigan hujjat.

Valyuta litsenziyasini berish bo'yicha talabnoma – bunda (xaridor) importchi kompetent organdan tovar uchun ma'lum summani xorij valyutasida (sotuvchi) importchiga o'tkazish uchun ajratishni so'raydigan hujjat.

Valyuta litsenziyasi – xaridor-importchining tovar uchun ma'lum summani chet el valyutasida sotuvchi(importchiga) o'tkazishga ruxsat beruvchi, kompetent ma'sul organ tarafidan beriladigan hujjat.

Soliq deklaratsiyasi(qo'shilgan qiymat solig'i) – importchi kompetent organga kerakli bo'lgan qo'shimcha qiymat solig'i (NDS)ni undirish uchun ishga tegishli ma'lumotlar ko'rsatiladigan hujjat.

Yuk deklaratsiyasi – frakt deklaratsiyasi - tijorat transport vositasida tashiladigan yukka tegishli bo'lgan va bojxona uchun zarur hujjat.

Yuk deklaratsiya – kemanding kelish-ketishini davlat organlari tomonidan nazorat qilinadigan, yukka tegishli bo'lgan axborotni o'z ichiga oluvchi asosiy hujjat.

Ichki iste'mol uchun tovarlar to'g'risida deklaratsiya – import qilish maqsadida olingan tovarlar haqida umumiy ma'lumotlarni ifodalovchi hujjat.

Tezkor etkazib berish haqida bojxona deklaratsiyasi – tovar importini amalga oshiruvchi transport vositasi bilan tovar yuklab jo'natish haqida ma'lumot keltiriladigan hujjat.

Mol etkazib berish haqida bojxona ma'lumotnomasi – bojxona organlari tomonidan bojxonadan chiqarilgan tovarlar ko'rsatiladi va shu tovarga qiziqishi bo'lgan tomonlarga taqdim etiladigan hujjat.

Xavfli yuklar to'g'risida deklaratsiya – amaldagi Konventsia va ko'rsatmalarga muvofiq yukni qabul qiluvchi tomonidan imzolanadigan hujjat.

Tovarning kelib chiqishi haqida sertifikat(guvohnoma) – eksportchi mamlakatda kompetent organ tomonidan beriladigan maxsus hujjat.

Konsul fakturasi – eksportchi yashaydigan davlatda eksportchi tomonidan tayyorlangan hujjat.

Konsul fakturasi yoki konsul invoysi - eksportchi yashaydigan davlatdagi importchi elchixonasi tomonidan tovarlar narxlari va hamma partiyalarni qiymatini tasdiqlash maqsadida rasmiylashtirilishi mumkin bo'lgan hujjat.

Tovarlar sifatini nazorat qilish haqidagi guvohnoma - talabnoma manfaatdor tomon tomonidan to'la huquqli organga yo'llangan hujjat.

Tovarlar sifati nazorat qilinganlik haqida guvohnoma - to'la huquqli organ tomonidan beriladigan va undagi tovarlar sifatini milliy yoki xalqaro standartlar yoki importchi yashaydigan davlatning qonunchiligi yoki shartnoma shartlari bo'yicha tasdiqlangan hujjat.

Ko'rib chiqilganlik haqidagi guvoxnomaga talabnoma – to'la huquqli organga topshiriladigan hujjat.

Ko'rib chiqilganlik haqidagi guvohnoma – to'la huquqli organ tomonidan to'ldiriladigan hujjat.

Eksport statistik hujjat – xalqaro savdo bo'yicha statistik ma'lumotlar yig'adigan ma'suliyatli organga eksportchi o'zining olib chiqib ketayotgan tovari haqida ma'lumot beruvchi hujjat.

Import statistik hujjat – xalqaro savdo bo'yicha statistik ma'lumotlar yig'adigan ma'suliyatli organga importchi o'zining olib kiritayotgan tovari haqida ma'lumot beruvchi hujjat.

«IKOTERMS» ni shakllantirishdan maksad tashki savdoda etkazib berish shartlarini tushuntirishning xalqaro qoidalarini tuzish qabul qilingan. Bu esa o'z

navbatida turli mamlakatlarda bu terminlar qayta ishlanishida tafovutlarni yuk kilishda yoki minimum darajaga etkazishga imkon beradi.

FOB FREE ON BOARD – Kema bortida erkinlik.

FCH termini bilan mutloq o'xshashlikka ega, faqat u dengiz orqali tashishlarda qo'llaniladi. Yana bir farqli tomoni yukni berishda. Berilgan termin asosida kema o'z chegarasidan o'tgandan so'ng xavf sotuvchidan xaridorga o'tadi. Aynan shu paytdan boshlab barcha xavf va chiqimlar xaridor bo'ynida bo'ladi.

FAS FREE ALONG SIDE SHIP (Kema borti bo'ylab erkin).

Bu termin faqat dengiz orqali yoki ichki suv transporti yordamidagi tashishlar uchun mo'ljallangan. Sotuvchi majburiyatlari. Tovarni tushirish portiga etkazib berish va kema boti bo'ylab joylashtirish va Tovarni kema borti bo'ylab joylashganligi haqida tasdiq olish (ko'pincha kapitan yozma bayonnomasi) Xaridor majburiyatlari: Tushirish portida tovarni qabul qilish; Import-eksportli va boshqa zarur hujjatlar Rasmiylashtirish bilan chiqim va xavflarni olishi. Tovarni etkazib berish bo'yicha chiqim va xavflarni o'z bo'yniga olish.

FOBga qaraganda bojxona formalliklari xaridor tomonidan bajariladi. Xavf o'tishi asosan tovar kema borti bo'ylab to'xtash paytida yoki kelishilgan joyda joylashgan paytida amal qiladi.

CFR cost and freight (qiymat va fraxt) (port bilan belgilanishi). Bu termin dengiz yoki ichki suv transportida tashishda qo'llaniladi. Bu terminga ko'ra sotuvchi belgilangan portga tovarni etkazib berish bilan bog'lik chiqim va fraxtni to'lash lozim. Xavf sotuvchidan xaridorga, kema tushirish portining chegaralarini kesib o'tishi bilan yuklanadi. Sotuvchi olib chiqib ketish uchun barcha bojxona formalliklarni bajaradi va yuklash-tushirish ishlari bilan bog'lik chiqimlarni to'laydi (tushirish ishlari fraxt ichiga kiritilgan bo'lsa).

CIF cost, insurance and FREIGHT qiymat sug'urta va fraxt.

KAF terminiga o'xshash shartlar faqat bitta farqi mavjud, ya'ni tashish paytida tovarning buzilishi yoki yuk bo'lib ketishidan sotuvchi tomonidan dengiz sug'urtasining berilishi.

CPT CARRIAGE PAID TO - tashqigacha to'langan.

Bu termin bo'yicha sotuvi kelishilgan manzilgacha fraxtni to'laydi. Xavf tovarni tashuvchiga berilgandan so'ng o'tadi. Transportlashning istalgan ko'rinishida qo'llaniladi, xatto aralash tashishlarda. Bundan tashqari sotuvchi majburiyatlariga, olib chiqib ketishda bojxona formalliklarni bajarish kiradi.

CIP CARRIEGE AND INSURANCE PAID TO (tashish va sug'urtagacha to'lanadi).Sotuvchiga SRT terminidagi kabi o'sha majburiyatlar yuklatiladi faqat minimal qoplanish shartida sug'urtalash qo'shimcha shart bo'ladi.

DAF DELIVERED AT FRONTIER (chegarada etkazib berish).

Sotuvchining asosiy majburiyatlari:

Tozalangan tovarni belgilangan chegaraga yoki shu chegaradagi manzilgacha etkazib berish.

Tovarni qabul qilishga imkoniyat beruvchi hujjatlar bilan ta'minlash va ochiq transport – hujjatini olishda xaridorga ko'maklashish.

DAP- chegarada kelishilgan manzilga bojxonada tovarni tozalangan kelgan paytida, sotuvchi o'z majburiyatlarini bajarish tushuniladi, lekin faqat qabul qiluvchi tomonning bojxona chegarasiga tovarning etib kelishigacha. Asosan avtomobil va temir yo'l tashishlarda qo'llaniladi. Lekin tashishning iste'mol ko'rinishida qo'llanishi mumkin.

DES DELIVERED EX SHIP kemadan etkazib berish.

Bu termin faqat dengiz tashishlarda qo'llaniladi. Sotuvchi o'z majburiyatlarini kelishilgan portga etkazgandan so'ng va eksport formalliklar bilan bog'lik barcha chiqim va xavflarni to'laydi. Import bojxona formalliklari xaridor bo'yniga yuklatiladi.

DEQ DEKIVERED EX QUAY (kema junatiladigan joydan etkazib berish).

Bu terminga asosan sotuvchi zimmasiga asosiy tashish barcha xarajatlar to'lanishi yuklatilgan. Bundan tashqari import-eksport formalliklarni va etkazib berish bilan bog'liq barcha xavf-xatarlar aynan sotuvchi bo'ynida xaridor «tozalangan» tovarni kelishilgan portda boj va tushirish uchun xaq to'lamasdan qabul qiladi. Bu termi faqat dengiz va ichki suv tashishlarda ishlatiladi.

DDU DELIVERED DUTY UNPAID (Bojni etkazib berish).

DES terminida berilgan kabi majburiyatlar. Port o'rniga olib kiritilayotgan mamlakatda biron bir manzil bo'ladi. Xaridor tomonidan xarajat va xavf ostida qoldiradi. Agar tomonlar o'rtasida import formalliklar sotuvchiga yuklatilsa, u xolda qo'shimcha ravishda tegishli shartlar qo'yilishi lozim. Aralash va boshqa barcha tashishi jarayonlarida ishlatiladi.

DDP DELIVERED DUTY PAID (bojni etkazib berish).

Sotuvchi barcha chiqimlarni to'laydi va xavf xatar uchun o'zi javob berada. Bundan tashqari sotuvchi bojxona formalliklarni va bojlarni to'lashni o'z bo'yniga oladi.

Veterinar guvoxnomasi – eksportchi yashaydigan davlatning to'la huquqli organlari tomonidan beriladigan, tirik hayvon yoki qush parazitlarga va kasalliklarga chalinganligi, shuningdek ularning kelib chiqishi va har xil kasalliklardan saqlanganligini tasdiqlovchi hujjat.

Sanitariya guvoxnomasi – eksportchi yashaydigan davlatning to'la huquqli organlari tomonidan beriladigan, oziq-ovqat va chorva mahsulotlari, shuningdek go'sht mahsulotlari odamlar iste'mol qilishi uchun yaroqli ekanligini zarur sharoitda nazoratdan o'tkazilganligini tasdiqlovchi hujjat.

Fitosanitariya guvoxnomasiga talabnoma – manfaatdor tomon tomonidan fitosanitariya guvoxnomasini berishni iltimos qilib to'la huquqli organga yo'llangan hujjat.

Fitosanitariya guvoxnomasi – eksportchi yashaydigan davlatning to'la huquqli organi tomonidan beriladigan, meva, o'simlik va sabzavotlarni zararlanmaganligi, ularni iste'molga yaroqliligi shuning ular yo'liqadigan kasalliklarni oldi olinganligi va dezinfektsiya qilinganligini tasdiqlovchi hujjat.

Karantin guvoxnomasi(sertifikat) – eksport qiluvchi davlatning rasmiy organlari tomonidan o'simliklarni himoya qilish va karantin bo'yicha beriladigan, muayyan tovarlar kasalliklar bilan zaharlanmaganligini, bu tovar ishlab chiqarilgan rayonda karantin bilan bog'liq bo'lgan munosabatlar to'g'ri yo'lga qo'yilganligini tasdiqlovchi hujjat

Karantin nazoratiga jalb qilinadigan maxsulotlar: urug', ildizlar, ko'chatlar, paxta xom ashyolari, paxta tolalari, quruq mevalar, tamakilar, junlar va zararli kasallik etkazishi mumkin bo'lgan o'simliklar. Veterinar sanitariya va karantin nazorati amaliyoti boshqa davlatlardan maxsus tovarlarni import qilishni ta'qiqlashga xizmat qiladi. Bu holat bir davlatning boshqa davlatlarni pastga urish (diskriminatsiya)ga olib keladi.

Bojxona tranziti uchun tovar deklaratsiyasi – bu bojxona tranziti uchun yuk jo'natuvchi tovar haqida ma'lumot beradigan hujjat.

Xalqaro bojxona deklaratsiyasi, MJDP namunasi, xalqaro bojxona deklaratsiyasi – xalqaro bojxona tranzit hujjati bo'lib, bu hujjat orqali yuk jo'natuvchi 1952 yilda qabul qilingan “Temir yo'lda chegara orqali yuk tashishni engillashtirish” haqidagi xalqaro bitimga muvofiq yukni temir yo'l orqali tashish haqida ma'lumot beradi.

Xalqaro bojxona tranzit(MDT) kitobchasi – xalqaro bojxona tranziti hujjati bo'lib, kafolat beradigan birlashma tomonidan va bojxona vakolatli organlari tomonidan beriladi. Bu hujjat orqali yuklar bojxona pechati va plombasiga ega bo'lgan holda avtotransportlarda, konteynerlarda tashiladi. Bu jarayon yuklarni tashish xalqaro bitimi talablariga muvofiq amalga oshiriladi.

TMT deklaratsiyasi – bojxona hujjati bo'lib, uning namunasi 1971 yil 7 iyunda Venada tuzilgan yuklarni xalqaro tranzit tashish haqidagi bojxona bitimi (TMT bitimi) 1-ilovasiga qo'shib qo'yiladi. TMT deklaratsiyasi tovarga tegishli bo'lgan murojaatlar, transportdagi va upakovkalardagi tovarlarni ketadigan joyidan belgilangan joyga etib borishini z ichiga oladi.

ATA kitobchasi – xalqaro tijorat hujjati bo'lib ATA bitimi shartlariga muvofiq beriladi. Bu bitim xalqaro kafolatga ega va milliy bojxona hujjati o'rnida, tranzit va vaqtinchalik tovar kiritishni ta'minlash, import yig'im va soliqlar munosabatida kafolat bo'lib qo'llaniladi. U reimport va vaqtinchalik tovar chiqarishni nazorat qilishda qo'llanilishi mumkin. Lekin bu holda xalqaro kafolat qabul qilinmaydi.

Tamg'alash deb - mahsulotda, uning qadog'ida, birkasidagi kerakli yozuvlar, ko'rinishlar, shartli belgilar tushuniladi.

FOYDALLANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

Qonunlar, farmonlar, qarorlar va prezident I.A. Karimov asarlari.

1. Prezident Islom Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 17 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruzasi. T: 5 dekabr 2009 yil
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тадбиркорлик фаолиятини янада қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш чоратadbirlari тўғрисида”ги ПҚ-1112-сонли Қарори 15 май 2009 й.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Иқтисодиётнинг реал сектори корхоналарини қўллаб-қувватлаш, уларни барқарор ишлашини таъминлаш ва экспорт салоҳиятини ошириш чоратadbirlari дастури тўғрисида”ги ПФ-4058 сонли Фармони 28-ноябрь 2008 йил.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Микрокредитбанк» акциядорлик тижорат банкининг таadbиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлаш борасидаги фаолиятини янада кенгайтириш чоратadbirlari тўғрисида”ги ПФ-4051сонли фармони 10 ноябрь 2008 йил.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Иқтисодий ночор корхоналарни тижорат банкларига сотиш тўғрисидаги тартибни тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-4010–сонли Фармони 19 ноябрь 2008 йил.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Навоий вилоятида эркин индустриал – иқтисодий зона ташкил этиш тўғрисида”ги ПФ-4027 сонли Фармони 3 декабрь 2008 й.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ички тармоқ ва тармоқлараро саноат кооперациясини янада кучайтириш чоратadbirlari тўғрисида”ги ПФ-3057 сонли фармони 12 ноябрь 2007 йил.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Экспорт-импорт операцияларини тартибга солиш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-288-сонли Қарори 24 феврал 2006 й.
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тўғридан – тўғри хусусий хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора – тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. Тошкент шаҳри 2005 йил 11 апрель, Халқ сўзи, 2005 йил 12 апрель.
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2006-2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида сервис ва хизмат кўрсатиш соҳаларини ривожланишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. 2006 йил 17 апрель.
11. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. Т.: Шарк, 2009, -56 б..
12. Каримов И.А. “Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби”. Президент Ислом Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Халқ сузи, 2009 йил, 14 феврал.

Darsliklar va o'quv qo'llanmalar.

1. Басовский Л.Е. Маркетинг вопросы и ответы. - М.: Инфра, 2006. -134 с.
2. Берне Э.С., Буш Р.Ф. Основы маркетинговых исследований с использованием Microsoft Excel: Пер. с англ. - М.: «Вильямс», 2006. -704с.
3. Гил Берт Черчилль / Под ред. С.Г. Бежук Маркетинговые исследования. / Пер. с англ. изд. 8-е. - М.: Нева, 2008. - 832 с.
4. Гайер Г., Эфроси Л. Маркетинг: Ускоренный курс. Стратегии Успеха на рынке: пер.с англ. - М.: Изд. «Дело и Сервис», 2005-192с.
5. Голубков Е.П. «Маркетинговые исследования: теория, методология, практика». М.: 2008.

6. Герчикова И.Н. "Международное коммерческое дело". Учебник. Изд. 2-е перераб. и допол. М.: Юнити – Дана, 2001 г.
7. 2.Данильцев А.В.. Международная торговля. Инструменты регулирования. Учебно-практическое пособие. Изд.2-е перераб. М.: Деловая литература, Палеотип, 2004г.
8. Егорова Е.Н., Логинова Е.Ю. Коммерческая деятельность. Шпаргалки. – М.: «Эксмо». -2007. – 30 с.
9. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: учебник / под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 416 с.
- 10.Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки.- М.: «Ось-89», 2008.-416с.
- 11.Минько Э.В. Основы коммерции: учеб. пособ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 512 с.
- 12.Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 414 с.
- 13.Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник.- М.: Телеком.- 2008. - 480 с.
- 14.Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс пер. с англ./ Под ред. Ю.Н. Каптуревского – СПб.: Питер, 2002.
- 15.Улин Б. Межрегиональная и международная торговля. Пер. с англ. М.: дело, 2004г.
- 16.4.Карпухина Е.А.. Международные стратегические альянсы.М.: Дело и Сервис, 2004 г.Под ред. Смитиенко Б.М.. Международные экономические отношения. Учебник. М.: Инфра-М, 2004г.
- 17.Приципы международных коммерческих договоров. М.: Международные отношения, 2003г.

VII. Internet saytlari.

18. www.press-service.uz , www.referat.ru
19. www.resurs.ruwww.finansist.uz
20. www.google.co.uz www.bussines.com

MUNDARIJA

Kirish.....	5
1-bob. Xalqaro tijorat operatsiyalari: mohiyati va mazmuni.....	7
1.1«Xalqaro tijorat ishi»va «xalqaro tijorat operatsiiyalari» tushunchalarining mazmuni.....	7
1.2.Xalqaro tijorat operatsiyalarining turlari.....	8
1.3 «Xalqaro savdo bitimlari» tushunchasining mazmuni.....	11
1.4.Kontragentlarning xalqaro tijorat operatsiyalari sub'ektlari sifatidagi tasnifi.....	19
2-bob. Bozor tadqiqotlari: mazmuni va yuritish uslublari.....	26
2.1. Bozor tadqiqotining metodologik asoslari.....	26
2.2. Bozor tadqiqotining mazmuni.....	36
2.3. Bozor tadqiqotini hto`azish metodikasi.....	43
3-bob.Eeksport-import operatsiyalari: mazmuni, boshqarilishi va statistik hisobi.....	67
3.1.Eksport-import operatsiyalarining mazmuni va uslublari. Eksport- import operatsiyalari tushunchasi va ularning ko`rinishlari.....	67
3.2.Eksport-import operatsiyalarini boshqarishning savdo-siyosiy vositalari.....	70
4-bob Xalqaro savdo bitmlari tuzish texnikasi va tartibi.....	84
4.1.Oldi - sotdi shartnomalarni tuzishga tayyorgarlik.....	84
4.2.Oldi-sotdi shartnomalarini imzolash tartibi va uni tayyorlash.....	89
5- bob. Xalqaro oldi-sotdi shartnomalarining mazmuni va ko`rinishlari.....	97
5.1.Xalqaro savdodagi namunaviy shartnomalar.....	97
5.2.Oldi-sotdi shartnomalarini mazmuni.....	101
5.3.Xalqaro oldi-sotdi shartnomalarini tuzish usullari.....	126
6-bob. Xalqaro oldi-sotdi shartnomalarining bajarilishini nazorat qilish	141
6.1.Tovarni jo`natishga tayyorlash.....	141
6.2.Tijorat bitimini rasmiylashtirish uchun kerakli bo`lgan tashqi savdo hujjatlari	143
6.3.Xalqaro savdo muolajalarining soddalashtirilishi, Tashqi savdo xujjatlarining unifikatsiya qilinishi va standartlashtirilishi.....	166
7-bob. Xalqaro uchrashgan (to`qnashgan) operatsiyalar.....	173

7.1.Xalqaro uchrashgan (to'qnashgan) savdo tushunchasining mazmuni va xususiyatlari.....	17
3	
7.2. Xalqaro to'qnashgan bitimlarning ko'rinishlari.....	176
8-bob.Jahon bozorida tijorat faoliyatining savdo vositachilik yo'li bilan amalga oshirilishi.....	197
8.1.Savdo vositachilik operatsiyalari tushunchasi va uning ko'rinishlari.....	197
8.2.Savdo vositachilari orqali amalga oshiriladigan shartnomalarning asosiy tijorat shartlari.....	209
8.3.Savdo vositachilik operatsiyalarining tashkiliy shakllari.....	223
9-bob.Xalqaro tovar birjalari auksionlari va savdolarida tijorat operatsiyalarini tashkillashtirish va amalga oshirish texnikasi.....	229
9.1.Xalqaro tovar birjalari. Birja savdosining asosiy markazlari va mohiyati.....	248
9.3.Xalqaro savdolarining tushunchasi, ahamiyati, turlari va ularni o'tkazish tartibi.....	249
10-bob.Xalqaro amaliyotda reklama , ko'rgazma va yarmarkalar faoliyati	
10.1. Reklama faoliyatini tashkil qilish.....	255
10.2. Reklamaning asosiy vositalari.....	255
10.3. Reklamani amalga oshirishning tashkiliy shakllari.....	265
10.4. Tovar belgisi va undan reklama maqsadlarida foydalanish.....	272
10.5. Xalqaro ko'rgazmalar va yarmarkalar.....	278
GLOSSARIY.....	28
4	
Adabiyotlar ro'yxati.....	302
Mundarija.....	304

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1-ГЛАВА. ЗНАЧЕНИЕ И СУЩНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ.	
1.1 Значение понятий «Международное коммерческое дело» и «Международные коммерческие операции».....	7
1.2. Виды международных коммерческих операций	7
1.3 Значение понятия «Международные торговые соглашения»	11
1.4.Классификация контрагентов в качестве субъектов международных коммерческих операций.....	19
2-ГЛАВА. РЫНОЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЗНАЧЕНИЕ И МЕТОДЫ ВЕДЕНИЯ	
2.1. Методологические основы рыночных исследований	26
2.2. Значение	рыночных исследований.....26
2.3. Методика проведения рыночных исследований.....	49
3-ГЛАВА. ЭКСПОРТНЫЕ ИМПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ: ЗНАЧЕНИЕ, УПРАВЛЕНИЕ И СТАТИСТИКА	
3.1. Значение и методы экспортных и импортных операций. Понятие и виды экспортных и импортных операций	67
3.2.Торгово-политические средства управления экспортными и импортными операциями	70
4-ГЛАВА. ПОРЯДОК И ТЕХНИКА СОСТАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ КОНТРАКТОВ	
4.1. Подготовка к составлению торговых контрактов	84
4.2. Порядок и подготовка торговых контрактов к подписанию	84
5- ГЛАВА. ЗНАЧЕНИЕ И ВИДЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ КОНТРАКТОВ	
5.1.Образцовые контракты в международной торговле. Понятие образцового контракта и значение общих требований в образцовых контрактах	97
5.2. Значение торговых контрактов.....	101
5.3. Методы составления международных торговых контрактов.....	126
6 ГЛАВА. КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ КОНТРАКТОВ	
6.1.Подготовка отправки товаров	141

6.2. Внешние торговые документы для оформления коммерческого соглашения	143
6.3. Облегчение процесса международных коммерческих мероприятий. Унификация и стандартизация внешних торговых документов... ..	166
7-ГЛАВА. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВСТРЕЧНЫЕ ОПЕРАЦИИ	
7.1. Значение и особенности международных встречных торгов.....	173
7.2. Виды международных встречных соглашений.....	176
8 ГЛАВА. ВЕДЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ПУТЕМ ТОРГОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА	
8.1 Понятие и виды торговых посреднических операций.....	197
8.2. Основные коммерческие условия проводимые торговыми посредниками	209
8.3 Организационные формы торговых посреднических операций	223
9 ГЛАВА. ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ В АУКЦИОНАХ И ТОРГАХ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОВАРНЫХ БИРЖАХ	
9.1. Международные товарные биржы. Сущность и основные центры биржевых торгов.....	229
9.3. Понятие, важность, виды и порядок проведения международных торгов.....	248
10 ГЛАВА. Выставки, ярмарки и рекламная деятельность в международной практике	
10.1. Организация рекламной деятельности	249
10.2. Основные средства рекламы.....	255
10.3. Организационные формы ведения рекламы... ..	265
10.4. Товарный знак и использование его для рекламы.....	272
10.5. Международные выставки и ярмарки.....	278
Глоссарий.....	284
Использованная литература	302
Оглавление.....	304

CONTENTS

Introduction.....	5
1-chapter. VALUE AND ESSENCE OF THE INTERNATIONAL COMMERCIAL OPERATIONS.	
1.1 Value of concepts «The International commercial business» and «The International commercial operations».....	7
1.2. Kinds of the international commercial operations.....	7
1.3 Value of concept «The International trading agreements».....	11
1.4. Classification of counterparts as subjects of the international commercial operations.....	19
2-chapter. MARKET RESEARCHES: VALUE AND METHODS OF CONDUCTING	
2.1. Methodological bases of market researches.....	26
2.2. Value of market researches	36
3-chapter. EXPORT IMPORT OPERATIONS: VALUE, MANAGEMENT AND STATISTICS	
3.1. Value and methods of export and import operations. Concept and kinds of export and import operations.....	67
3.2. Trading-political control facilities of export and import operations.....	70
4-chapter. THE ORDER AND TECHNIQS OF DRAWING UP OF THE INTERNATIONAL TRADING CONTRACTS	
4.1. Preparation for drawing up of trading contracts.....	84
4.2. The order and preparation of trading contracts for signing.....	90
5-chapter. VALUE AND KINDS OF THE INTERNATIONAL TRADING CONTRACTS	
5.1.Exemplary contracts in international trade Concept of the exemplary contract and value of the general requirements of exemplary contracts Value of trading contracts.....	97
5.2. Methods of drawing up of international trading contracts	126
6chapter. THE CONTROL OF PERFORMANCE OF THE INTERNATIONAL TRADING CONTRACTS	
6.1.Preparation to the process of sending of the goods	141
6.2.External trading documents for registration of the commercial agreement.....	143

6.3.Simplification of process of the international commercial actions. Unification and standardization of external trading documents.....	166
7- chapter. THE INTERNATIONAL COUNTER OPERATIONS	
7.1. Value and features of the international counter tenders...	173
7.2. Kinds of the international counter agreements.....	176
8 chapter. CONDUCTING COMMERCIAL ACTIVITY IN THE WORLD MARKET BY TRADING INTERMEDIARY	
8.1 Concepts and kinds of trading intermediary operations..	197
8.2.The basic commercial conditions carrying out by trading intermediaries.....	209
8.3 Organizational forms of trading intermediary operations.....	223
9-chapter. TECHNICS OF CONDUCTING AND FORMATION OF COMMERCIAL OPERATIONS IN AUCTIONS AND THE TENDERS ON THE INTERNATIONAL COMMODITY EXCHANGES	
9.1. International commodity exchanges. Essence and the basic centers of the exchange tenders.....	248
9.3. Concept, importance, kinds and the order of carrying out of the international tenders.....	249
10-chapter. Exhibitions, fairs and advertising activity in the international practice	
10.1. The organization of advertising activity.....	250
10.2. The basic means of advertising.....	255
10.3. Organizational forms of conducting advertising	265
Glossar.....	284
The used literature	302
Contents.....	304

Shodibekova Dildor Abduraxmanovna

XALQARO TIJORAT ISHI

Darslik 2 –nashr

Nashr uchun mas'ul:

O'zbekistan yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi

direktorii Qurbonmurod Jumaev

Muxarrir: Faxriddin Xaitov

Musavvir va texnik muxarrir:

Akbarali mamasoliev

Nodir Ortiqov

Terishga berildi 11.01.10 y. Bosishga ruxsat etildi 22.02.10 y

Qog'oz formasi 60+84

Ofis bosma usulida bosildi. Nashr bosma tobog'i 17.5. Nusxasi 50.

Buyurtma № 176

O'zbekistan yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 700000,

J. Neru ko'chasi 1-uy.

“AVTO-NAShR” sho'ba korxonasi bosmaxonasida chop qilindi

700005, Toshkent shaxri, 8 mart ko'chasi, 57-uy.