

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNVERSİTETİ

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququndan

İsmayılzadə Səma Fuad Qızı

“Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili məsələləri”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İXTİSASIN ŞİFRİ VƏ ADI: 060409 BİZNESİN İDARƏ EDİLMƏSİ

İXTİSASLAŞMA : Biznes İnzibatçılığı

Elmi rəhbər :

i.ü.f.d müəllim A.Ə.Təhməzova

i.ü.f.d.dosent R.Ə.Abbasova

“Biznesin idarə edilməsi “

Kafedrasının müdiri

i.ü.f.d.,dosent M.Ə.Əliyev

BAKİ- 2016

MÜNDƏRİCAT

Giriş.....	3
-------------------	----------

Fəsil I.KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN NƏZƏRİ METODOLOJİ ƏSASLARI.

1.1 Kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin mahiyyət və məzmunu	7
1.2 Kommersiya fəaliyyətinə elmi metodoloji yanaşmalar.....	13
1.3 Kommersiya fəaliyyətinin psixologiyası və etikası.....	20

Fəsil II.KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ VƏ SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİ .

2.1. Kommersiya fəaliyyətinin növləri və idarə olunma formaları.....	25
2.2. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili məsələlərinin qiymətləndirilməsi.....	33
2.3. Kommersiya fəaliyyətinin təşkilində informasiya təminatının rolu.....	40

FƏSİL III.KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ.

3.1 Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilinin göstəriciləri.....	47
3.2 Kommersiya fəaliyyətinin yeniliklərin tətbiqi ilə təkmilləşdirilməsi.....	59
3.3 Müasir dövrdə Azərbaycanda kommersiya fəaliyyətinin təşkili və təkmilləşdirilməsi..	68

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	77
---------------------------------	-----------

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYATLAR.....	80
---	-----------

XÜLASƏ.....	82
--------------------	-----------

PEZİOME.....	83
---------------------	-----------

SUMMARY.....	84
---------------------	-----------

Giriş

Kommersiya fəaliyyəti əmtəə-pul münasibətlərinin, təkrar istehsal prosesinin əsasını təşkil edir. Kommersiya fəaliyyətinə cəmiyyətin bütün üzvləri daxildir və kommersiya fəaliyyətinin genişlənməsi birbaşa olaraq bazar münasibətlərinin genişlənməsi ilə əlaqədardır. Kommersiya fəaliyyətinin təşkili onun optimal idarə edilməsi səmərəliliyinin yüksəldilməsi artıq ənənəvi olan yanaşmaların səmərəli olmadığını göstərərək yeniliklərin tətbiqini mühüm edir. Bütün bunlar kommersiya fəaliyyətinin geniş bir əhatəyə malik olmasının göstəricisidir. Ümumilikdə kommersiya fəaliyyəti istehsal edilən əmtəənin istehsalçılardan istehlakçılara çatdırılmağı müddətində yerinə yetirilən iş və xidmətlər kimi nəzərdən keçirilir. Kommersiya fəaliyyətinin mütəmadi olaraq dövlət tərəfindən tənzimlənməsində mütləqdir və bu tənzimlənmə dövlətin qəbul etdiyi hüquqi aktlarla həyata keçirilir. Kommersiya fəaliyyətinin idarə olunması strukturu və onun fəaliyyətinə nəzarət olunması mütləqdir. Hal-hazırda kommersiya fəaliyyəti beynəlxalq fəaliyyətə çevrilmişdir və bu fəaliyyət mürəkkəb və çoxşahəlidir. Kommersiya fəaliyyətinin düzgün təşkili üçün onun hər bir elementi dəqiq təhlil olunmalıdır bu halda daimi mənfəət təmin olunur. Kommersiya istehsal prosesləri ilə yanaşı əlavə ticarət xidmətlərində yerinə yetirilir ki buda tətbiq olunan yeniliklərlə əlaqədardır. Kommersiya fəaliyyətini həyata keçirən şəxs ümumi iqtisadi, sosial, hüquqi, siyasi elmlərdən yetərli dərəcədə anlayışlı olması vacib məsələlərdəndir. Kommersiya fəaliyyətində hal –hazırda səmərəliliyin artırılması ilə əlaqədar olaraq yeniliklərin tətbiqi mütləqdir .Kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyini artıran yeniliklərə məhsulların evlərə çatdırılmağı, texniki cəhətdən daha mürəkkəb olan avadanlıqların alıcılarının evlərində quraşdırılmağı, alıcılardan sifarişlərin qəbul olunmağı digər bu kimi fəaliyyətlər aid edilir. Bütün bunlardan aydın olur ki kommersiya fəaliyyəti ictimai tələbatların ödənilməsinə yönəlmişdir. Kommersiya fəaliyyəti zamanı

kommersiya sturukturlarının bazarın tələbinin inkişaf meyllərini öyrənməsi və bu araşdırmanın nəticəsi olaraq istehsalçıları satış üçün daha perspektivli olan məhsullarının hazırlanması və istehsalına yönəltməsi mütləqdir. Son zamanlarda yeniliklərin tətbiqi ilə bağlı olaraq elektron kommersiya anlayışına tez –tez rast gəlinir. Elektron kommersiya anlayışı informasiya mübadiləsinin birbaşa elektron sistemi vasitəsilə ötürülməsinin işgüzar aktivliyinin geniş spektrlərini özündə birləşdirir:transaksiyaların həyata keçirilməsində internet,telefaks və portdan istifadə edilməklə hesablaşmalar tezləşdirilir və asanlaşdırılır.Məhz bütün bu kimi yeniliklərin tətbiqi nəticəsində bazara giriş aktivliyi artır. Ticarət prosesinin təşkili, effektiv idarə olunması həmçinin optimallıq səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün , digər problemlərin həll edilməsi üçün köhnə üsulların səmərəli olmadığı və ənənəvi olan metodlardan istifadə edilməsinin yararsızlığını üzə çıxarmışdır.Kommersiya fəaliyyəti mürəkkəb bir sistem olaraq özündə istehlakçıların müxtəlif olan tələbatlarını istəklərə uyğun ödəmək və digər əmtəə-pul münasibətləri prosesini həyat keçirir.Nəticədə kommersiya fəaliyyətinin son məqsədi davamlı olan maksimum mənfəəti əldə etməkdən ibarətdir.Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı ən aktual məsələlərdən biridə onun düzgün idarəetmə formasının seçilməsindən ibarətdir.Kommersiya fəaliyyəti hal – hazırda bir çox bazar subyektlərini əhatə edən beynəlxalq fəaliyyətə çevrilmişdir.

Movzunun aktuallığı:Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti onun səmərəli təşkili məsələləri sahibkarlar üçün prioritet məsələlərdəndir.Kommersiya fəaliyyətinin genişlənməsi birbaşa olaraq bazar münasibətlərinin yaranması və inkişafı ilə əlaqədardır.Bazar münasibətlərinin genişlənməsi ilə əlaqədar olaraq artıq kommersiya fəaliyyətinin təşkili sturukturu dahada mürəkkəbləşir onun səmərəli təşkili üçün yeniliklərin mütləq şəkildə tətbiqini tələb edir.

- **Tədqiqatın məqsədi:**Tədqiqatın əsas məqsədi kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı onun səmərəliliyinə təsir edən məsələləri araşdırmaq və bu zaman spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alaraq tətbiq oluna biləcək ən optimal variantların

tədqiqindən ibarətdir. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi onu səmərəli təşkili məsələlərinin tədqiqi zamanı bu fəaliyyətə birbaşa və yaxud dolayı yol ilə təsir edə biləcək bütün amillərin nəzərə alınması vacibdir.

- **Tədqiqatın predmeti:** Tədqiqatın predmeti kimi kommersiya fəaliyyətinin təşkili, onun bazar iqtisadiyyatına uyğunlaşdırılmağı və səmərəliliyinə təsir edən amilləri, təşkili məsələləri həmçinin kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı baş verən proseslər çıxış edir.

- **Tədqiqatın nəzəri əsaslarını** Kommersiya fəaliyyətinin təşkili ilə əlaqədar olaraq klassiklərin müasir Qərb iqtisadçılarının əsərləri ilə bərabər olaraq Azərbaycan və rus iqtisadçı alimlərinin tədqiqi həmçinin tədqiqatçının fərdi yanaşması əhatə edir. Kommersiya fəaliyyətinin nəzəri əsasları özündə fərqli olan fikirləri, yanaşmaları əks etdirir.

- **Tədqiqatın metodoloji bazasını** biliklər iqtisadiyyatı və biznes elmlərinin əsaslandığı elmi tədqiqat metodları və problemin tədqiqində elmi abstraksiya, tarixi və məntiqi əlaqə induksiya deduksiya, analiz və sintez metodlarından istifadə edilməklə faktlar ümumiləşdirilmiş, onlar arasında qanunauyğun və təsadüfi əlaqələr müəyyənölündirilmiş, bunlarla bərabər inkişaf xüsusiyyətlərini izah edən alimlərin elmi mülahizələri və nəticələri təşkil edir.

- **Elmi yenilik:** Magistr dissertasiyasının elmi yeniliyi hal hazırda kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı yeni texnologiyalardan istifadə edilməsilə əhatə dairəsinin genişlənməsi məsələlərinin araşdırılmasından ibarətdir. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilinə birbaşa təsir göstərən məsələlərdən biri məhz bu prosesə yeni texnologiyaların tətbiqinin zəruriliyidir.

- **Nəzəri və təcrübi əhəmiyyəti:** Aparılan tədqiqatın əsas nəticə və kommersiya fəaliyyətin tənzimlənməsi, onun idarə olunması formalrı, yeniliklərin tətbiqinin həyata keçirilməsidir.

- **İnformasiya mənbəyi:** Azərbaycan Dövlət statistika Komitəsinin, İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin, Muxtəlif təşkilatların dövrü nəşrləri məlumatlarından ibarətdir.

- **İşin sturukturu və həcmi:**Aparılan tədqiqat işi giriş ,3 fəsildən,nəticə və təkliflərdən ibarətdir.Girişdə işin aktuallığı,onun tədqiqat istiqamətləri qeyd olunur və tədqiq ediləcək problemlər müəyyənləşdirilib.

Magıstr dissertasiya işinin birinci fəslində kommersiya isinin təşkili onun nəzəri əsasları və formalaşmasını tədqiq edir və kommersiya fəaliyyətinin psixologiyası və etikası araşdırılır.

Dissertasiya işinin ikinci fəslində idarə edilmə sturukturu ,onun informasiya təminatı araşdırılmışdır və qiymətləndirmə üsulları təhlil edilmişdir.

Dissertasiya işinin üçüncü fəslində isə kommersiya fəaliyyətinin Azərbaycanda təşkili və onun səmərəlilik göstəriciləri öyrənilmişdir və kommersiya fəaliyyətinin yeniliklərin tətbiqi ilə təkmilləşdirilməsi qeyd olunmuşdur.

İşin sonunda məntiqi yekun kimi nəticə və təkliflər həmçinin ədəbiyyat siyahısı verilmişdir.

Fəsil 1. Kommersiya fəaliyyətinin nəzəri metodoloji əsasları.

1.1 Kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin mahiyyət və məzmunu

Bazar iqtisadiyyatının şəraitində iqtisadiyyatın təkmil tərəqqisi üçün sahibkarlığın əsaslı sürətdə azad inkişafı əsasdır. Ümumilikdə isə “sahibkarlıq” və “bazar” amilləri qarşılıqlı əlaqədə bir biri ilə vahid təşkil edir.

Komersiya – ticarət sahibkarlığının və yaxud biznesin bir növü kimidir. Kommersiya latın mənşəli söz olaraq (commercium) hərfi mənada ticarət deməkdir. Amma nəzərdə almaq vacibdir ki, “ticarət “ anlayışı 2 li mənada daşıyır : bir tərəfdən iqtisadiyyatın müstəqil sahə olaraq səciyyələndirir, başqa mənada isə məhsulların alqısı-satqısı aktları heyata keçirilməyinə yönəldilmiş mübadilə prosesini özündə əks etdirir. Kommersiya fəaliyyəti ticaretin 2 ci mənası- mənfəətin azanılması məqsədilə alqı satqı aktının həyata keçirilməyinə istiqamətlənmiş ticarət prosesini özündə əks etdirir.

Kommersiya fəaliyyətinin bazar iqtisadiyyatı şəraitində müasir ticarət işinin qanunauyğunluqlarının və meyllərinin aşkar edilməyi və müəyyənləşdirilməsini başlıca vəzifə kimi qarşıya qoymaqla, məhsul tədavülü sferasında ticarət proseslərinin səmərəli yerinə yetirilməsi üçün bu qanuna uyğunluq və tələblərinin ödənilməyi və qazanc əldə edilməsi məqsədilə məhsulların alqı satqısının həyata keçirilməyinə yönəldilən operativ- təşkilati fəaliyyətinin geniş sferasını əhatə edir.

Komersiya mənfəətin qazanılmasına görə alqı-satqısı aktının heyata keçirilməyinə yönəldən və bunnula bərabər dəyərin dəyişən forması ilə əlaqəli olan prosesidir.

Kommersiya fəaliyyəti dedikdə carivə perspektiv dövrdə baş vermiş bütün dəyişiklikləri nəzərə almagla cəmiyyətin tələbatlarının tam olaraq və keyfiyyətli şəkildə bununla bərabər zamanında təmin olunması və bunların sayəsində mənfəətin əldə olunması məqsədinə çatmaq üçün alqı-satqı proseslərinin həyata keçirilməsinə yönəldilən mürəkkəb operativ-təşkilati bir sistem başa düşülür.(2.səhifə 11-13)

Kommersiya fəaliyyəti başqa elmlərlə sıx əlaqədədir. İqtisadi nəzəriyyə, sənayenin iqtisadiyyatı, istehsalın təşkili, biznesin əsasları, biznesin təşkili və idarə edilməsi fənlərini göstərmək olar. Kommersiya fəaliyyəti kursunun mahiyyəti iqtisadi qanunların fəaliyyəti və təzahür formalarını, bazarın tələbatlarını ödəmək məqsədilə optimal xərclə yüksək təsərrüfat nəticələri əldə etməkdir. Bununla yanaşı mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yaradılan hər bir sahənin səmərəlilik göstəricilərini yaxşılaşdırmaq üçün onun idarə edilməsinin metod və üsullarını öyrənməkdir.

Kommersiya fəaliyyəti sahibkarlığın tərkib hissəsidir və kommersiya fəaliyyəti anlayışı sahibkarlıq anlayışından fərqləndirilərək sahibkarlıq anlayışı daha geniş mənada işlədilir.

Sahibkarlıq - sahibkarlara mənfəət əldə etdirən iqtisadi, istehsal və həmçinin başqa fəaliyyətlərin təşkil olunmasıdır. Sahibkarlıq , sənaye müəssisələrinin, kənd təsərrüfatları fermalarının, ticarət müəssisələrinin, xidmət göstərən müəssisələrinin, bankların , vəkillər kontorunun, nəşriyyatların, tədqiqat idarələrinin , kooperativlərin s. təşkil olunması kimi anlaşıla bilər. Həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyətlərinin bütün növlərinin arasında ticarət işi tam kommersiya fəaliyyətinə aiddir. Kommersiya sahibkarlıq fəaliyyətinin formalarından biri kimi nəzərdən keçirilir.

Kommersiya fəaliyyətinin məzmununa :

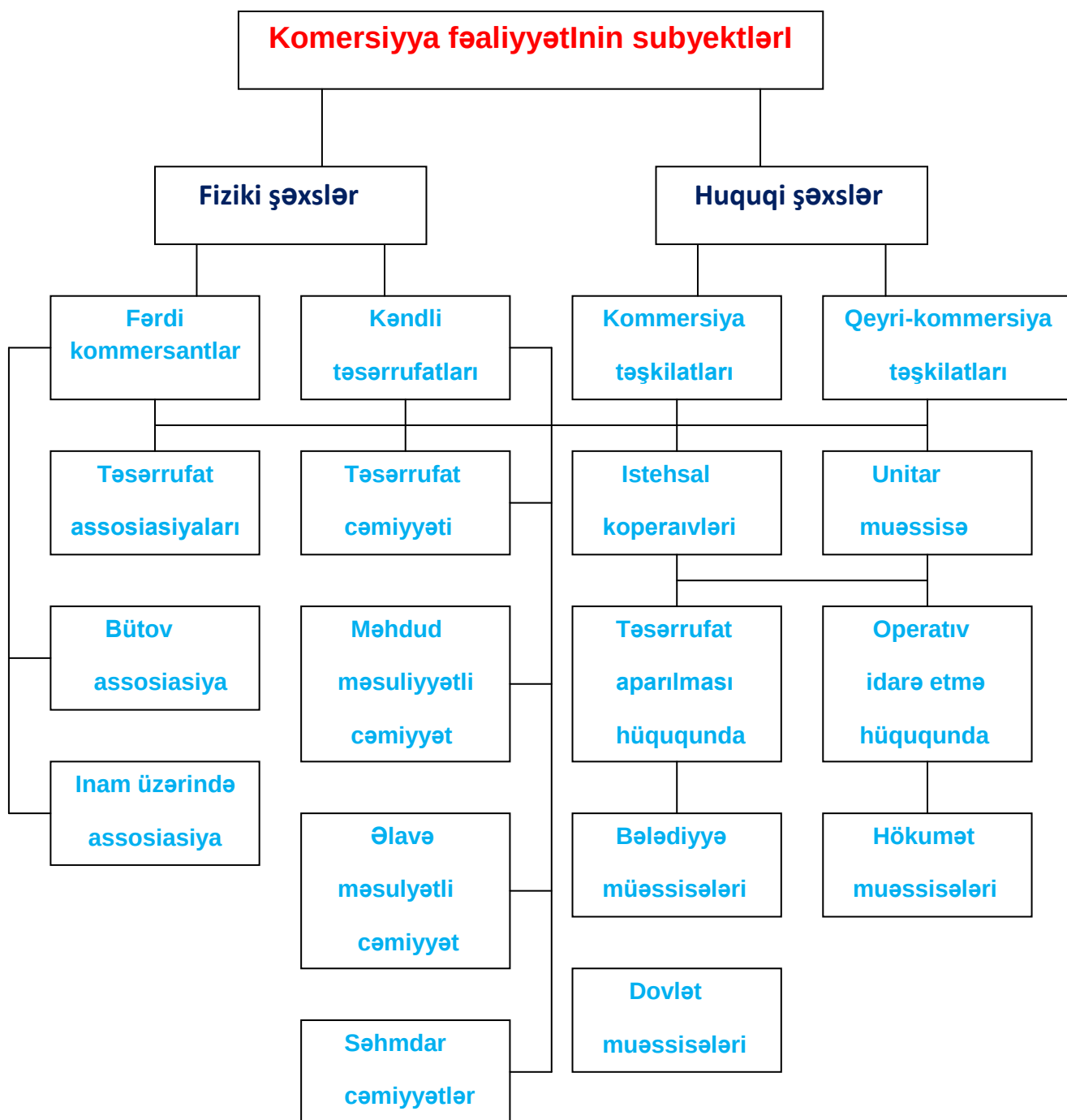
- ✓ Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı ən yaxşı tərəfdaşların seçilməsi ;
- ✓ Maddi-texniki ehtiyatların və əmtəələrin sənaye müəssisələri ,topdansatıç vasitəçilər və digər ticarət müəssisələri tərəfindən alınması ;
- ✓ Məhsul satışının istehsal müəssisələri tərəfindən təşkil olunması;

- ✓ Əmtəələrin topdan satışının ,kommersiya vasitəçitəçilik fəaliyyətinin təşkil edilməsi;
- ✓ Sənaye müəssisələrində məhsulun çeşidinin və satışının mütləq planlaşdırılması aiddir. göstərmək olar.

Kommersiya fəaliyyətinin əsas parametrlərini bunlar təşkil edir birjalar, auksionlar, yarmarkalar, lizinq, faktoring və s. əməliyyatlar.

Kommersiya fəaliyyətləri ticarət müəssisələrinin və təşkilatlarının cəmiyyətin tələbatının ödənməsi və mənfəət əldə olunması məqsədinə uyğun olaraq əmtələrin alqı satqı proseslərini həyata keçirmək üçün yönəldilən operaiv təşkilati fəaliyyətlərin daha geniş olan sferalarını əhatə edən fəaliyyətdir.

Kommersiya fəaliyyətinin obyektı dedikdə əmtəə nəzərdə tutulur və buna uyğun olaraq əmtəəşünaşlıq sahəsi yüksək biliklərin olmasının daha təcrübəli ixtisaslı olan kommersantın hazırlanması baxımından zəruri həmçinin vacib hesab olunur. Kommersiya fəaliyyətində subyektləri dedikdə isə – kommersiya fəaliyyətini tənzimləyərək həyata keçirdən və həmin bu xidmətlərdən istifadə edən şəxslər başa düşülür. Kommersiya fəaliyyəti parametirlərinə birjalrı, auksionları, yarmarkaları, lizinqləri, faktoringləri və s.bu kimi əməliyyatlari aid edirlər.



sxem 1.Kommersiya fəaliyyətinin subyektləri.

Ümumiyyətlə kommersiya fəaliyyətləri ərzaq həmçinin qeyri ərzaq malları əmtəəşünaslığı kursu ilə sıx əlaqədardır. Əmtəənin istehlak keyfiyyəti barədə əmtəəşünasların bilikləri kommersiya prosesini optimallaşdırmağa, əmtələrin zəruri olan xarakteristikası ilə tam olaraq və dolğun seçimini etməkdə, həmçinin bunların istehlak xüsusiyyətlərini və üstünlüklərini öyrənməyə kömək edir.

Buradanda bu nəticəyə çıxarmaq olar ki, ticarətdə kommersiyya fəaliyyəti əmtəələrin sadə alqı-satqı prosesindən daha geniş anlayışdır, yəni alqı-satqı aktlarının baş verməyi üçün ticarət sahibkarları bir sıra operativ-təşkilati və təsərrüfat əməliyyatlarını həyata keçirmək məcburiyyətindədirlər, o cümlədən əhalinin tələbinin və satışbazarının tədqiqi, malgöndərənlərin və məhsul alıcılarının tapılmağı, onlarla effektiv təsərrüfat əlaqələrinin yaradılmağı, məhsulların daşınmağı, əmtəələrin satışı üzrə reklam-məlumat işləri, ticarət xidmətinin təşkili və s.

Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı mühüm prinsiplər bunlardan ibarətdir:

- ✓ Kommersiya prioritetlərinin ayrılması,
- ✓ Bazarda iqtisadi şəraitin daim dəyişilməsini nəzərdə saxlayaraq kommersiya cəldliyinə nail olmaq,
- ✓ Marketing prinsiplərini istifadə edərək kommersiya qərarlarının qəbulunu təmin etmək,
- ✓ Baş verə biləcək kommersiya risklərini müəyyənləşdirmək qabiliyyəti onlardan üçün müvafiq addıların atılması ,

Kommersiya fəaliyyəti bir çox istiqamətləri inteqrasiya edir:

- ✓ Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı onun təşkilinin planlaşdırılması və həmçinin satışın həcmnin müəyyən edilməsi mütləqdir,
- ✓ Ticarət sövdələşmələrinə görə mal göndərənlərin və həmçinin alıcıların arasından daha münasib tərəf müqavillərinin fərqləndirilməsi,
- ✓ Mənfətin əldə olunması və həmçinin davamlılığının təmini üçün malların yənidən satışının yenidən təşkili,
- ✓ Malın keyfiyyətinə ,rəqabət qabiliyyətinə uyğun olaraq əmtəəyə olan tələbi nəzərə alaraq optimal alış və satış qiymətinin müəyyən olunması,
- ✓ İnformasiya təminatının təmin edilməsi yəni bazar informasiyalarının hazırlanması ,servis xidmətlərinin təşkili mal hərəkəti sistemində maliyyə sığorta və başqa əməliyyatların təmin olunması.

Kommersiya sferasında baş verən proseslər və əməliyyatlar iki növ olur: xalis ticarət; istehsal. Xalis ticarət – mənfəət almaq məqsədilə və dəyər formalarını dəyişməklə əlaqədar alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsinə yönəldilən proseslərdir. Ticarət əməliyyatları – satıcıların və alıcıların arasındakı kommersiya əlaqələrinin təşkili, təchizat reklamları, əmtəədə alıcılıq tələbatının öyrənilməsi, alıcılara servis xidməti və s. ibarətdir.

Kommersiyada baş vermiş istehsal prosesləri əmtəə mübadiləsi sferasında istehsalın davam etdirilməyidir. Bu əmtəənin istehsalçıdan istehlakçıya və alıcıya çatdırılması, saxlama, əmtəə ehtiyatlarının idarə edilməsi, bükülmə, qablaşdırma, sortlara ayrılma və s. ibarətdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, kommersiya təkcə əmtəə mübadiləsi sferasında deyil, bazar münasibətləri şəraitində əmtəə və xidmətdən başqa həmpul, yeni texnologiya, intellektual əməyin məhsulu və digər real dəyərlər də satır.

1.2 Kommersiya fəaliyyətinə elmi-metodoloji yanaşmalar.

Biznes əlaqələri fənn olaraq digər elmlər ilə əlaqədardır. İqtisadi nəzəriyyə, sənayenin iqtisadiyyatı, istehsalın təşkili, biznesin əsasları, biznesin təşkili və idarə edilməsi fənlərini göstərmək olar. Biznes əlaqələri kursunun mahiyyəti iqtisadi qanunların fəaliyyəti və təzahür formalarını, bazarın tələbatlarını ödəmək məqsədilə optimal xərclər ilə yüksək təsərrüfat nəticələri əldə etməkdir. Bununla yanaşı mülkiyyət formalarından asılı olmayaraq yaradılan hər bir sahənin səmərəlilik göstəricilərini yaxşılaşdırmaq üçün onun idarə olunmasının metodlarını və üsullarını öyrənməkdir. Fərqli sahələrin maddi texniki bazalarındakı özünəməxsusluqdan yaranan müxtəlif cəhətləri olsada, onların hamısı “Biznes əlaqələri” kursunun öyrənmə, müqayisə, təhlil, ümumiləşdirmə üçün istifadə etdiyi metodlar ilə elmi müddəalara əsaslanır. Elmi təcrübə subut edir ki, biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında ixtisaslı savada, elmi-təcrübi biliklərə malik olan mütəxəssislər gələcəkdə hası fəaliyyət növündə iştirak etmələrindən asılı olaraq prosesin idarə olunmağında, xammal, material, enerji ehtiyatlarına qənaət olunmasında məhsul istehsalının artırılmasında məhsulun keyfiyyətinin qoyulmuş standartlara uyğun buraxılmasında, məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmağında, istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsində yaxından iştirak edirlər.(1səhifə 11-29)

Biznes əlaqələri istehsal münasibətlərində və işgüzarlıqda, biznes fəaliyyətində başlıca yer tutur. Hər bir elmin, fənnin metodologiyası və metodları vardır. Bir çox alimlər belə düşünürlər ki, ümumi biznes fəaliyyətinin metodologiyası və metodu üçün iqtisadi sistem əsas ola bilər. Lakin, bununla belə biznes əlaqələrinin özünəməxsus hər hansı konkret metoda malik olmasını da inkar etmək olmaz. Real biznes əlaqələrinin dərk edilməsində, öyrənilməsində elmi metodların böyük əhəmiyyəti vardır. Elmi metoda konkret məqsədlər, fəaliyyət sferası, tədqiqatlar və vasitələrlə bağlıdır. Çünki, biznes əlaqələrində sosioloji tədqiqatların məntiqi, təşkilati formaları, strateji qaydaları, normaları haqqında əsas müddəaları müəyyən edir. Metodologiya ümumi prinsiplərə, məntiqi təfəkkür və işgüzarlıq ilə üzvi surətdə bağlı olur. Biznes əlaqələrinin metodologiyasının tədqiqində nəzəri həmçinin sosioloji öyrənilmə materiallarından və

məlumat bazalarının olmasının çox mühüm əhəmiyyəti vardır. Burada spesifik olaraq sistemləşdirilmiş, məqsədyonlu müşahidənin, sosioloji eksperimentlərin, sorğularının vacib əhəmiyyəti var. Son illər müstəqil Azərbaycan Respublikasında biznes və sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı ilə böyük miqyaslı və strateji əhəmiyyətli tədbirlər həyata keçirilir. Biznesdə tərəfdaşlıq fəaliyyəti həm sosial, həm də xarici və daxili mühit ilə də müəyyən olunur. Beləliklə də biznes əlaqələri həm obyektiv sosial, həmçinin də obyektiv iqtisadi qanunlar əsasında həyata keçirilir. Biznes əlaqələri öz məzmunu etibarlı ilə müəyyən edilmiş münasibətlərə biznes, sahibkarlıq və iqtisadi münasibətlər ilə səciyyələnir. Biznes əlaqələrini hər şeydən əvvəl əhalinin şəxsi tələbatlarının inkişaf səviyyəsinin tənzimlənməsinin vacib əlaməti kimi qəbul olunmalıdır.

Müasir iqtisadi ədəbiyyatlarda kommersiya ,kommersiya fəaliyyətinə aid xeyli mülahizələr mövcuddur. Kommersiya fəaliyyətinə yanaşmaların əksəriyyətində bu fəaliyyətdə alqı satqı prosesləri kimi nəzərdə tutulur. Professor. V. Osipova özünün dərslərində kommersiya fəaliyyətini aşağıda göstərilən formada təsvir etmişdir:

Kommersiya fəaliyyəti iqtisadi termin kimi biznesə nisbətə daha genişdir, çünki ticarətin əsasını kommersiya təşkil etsə də belə bütünlükdə kommersiya fəaliyyətinə sadəcə ticarət kimi baxmaq olmaz.

Kommersiya fəaliyyəti sferasında işləyən hüquqi şəxslərin çoxu tədarük, istehsal, tikinti, investisiyalar, və başqa sahibkarlıq fəaliyyətinin mənfəət qazanmaq üçün alqı-satqı proseslərindən yararlanırlar.

Çağdaş dövrümüzdə iqtisadiyyatla bağlı ədəbiyyatlarda kommersiya ,kommersiya fəaliyyətilə bağlı çox mülahizələr vardır. Kommersiya fəaliyyəti və bu fəaliyyətin təşkilinə yanaşmaların böyük əksəriyyəti kommersiya fəaliyyətinə alqı satqı prosesi olaraq baxırlar. Professor L. Osipova özünün kitabında kommersiya fəaliyyətini bu cür təsvir etmişdir:

O kommersiya fəaliyyətini iqtisadi anlayışı olaraq ticarət anlayışına nisbətə geniş olduğunu qeyd etmişdir, ticarətin əsasını kommersiya fəaliyyəti təşkil etsə də bütövlükdə kommersiya fəaliyyətini ticarət kimi hesab etmək olmaz.

Kommersiya fəaliyyət sferasında işləyən hüquqi şəxslərin çoxu, istehsal kimi, tikinti sahəsi, investisiyalar, və həmçinin başqa sahibkarlıqla fəaliyyətlərindən gəlir qazanmaq üçün məhz alqı satqı proseslərindən istifadə edir.

Hal hazırda müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətləri ixtisaslaşdırılmış olaraq kommersiyanın sistemləri vasitəsi ilə həyata keçirilməkdədir. İntegrasiya olunmuş kommersiya sistemi vahid bütövlükdə sistem olaraq, özündə mal və həmçinin xidmət üçün istehsal-kommersiya anlayışlarını və həmçinin iqtisadi, hüquqi, inzibati, və mədəni əsarı təşkil edir. 1.səh.15.

Kommersiya fəaliyyətini bazar iqtisadiyyatının hökm sürdüyü şəraitdə müasir olan ticarət işinin qanunauyğunluqlarını və meyllərinin aşkar edilməsini, müəyyənləşdirilməsini başlıca vəzifə olaraq qarşıya qoymaq ilə, əmtəə tədavülü sferasındakı ticarət proseslərini səmərəli olaraq yerinə yetirmək üçün bu qanunauyğunluq və meyllərdən istifadə etmək məqsədini əsas tutur.

Ticarət kommersiya işini ticarət müəssisələri və təşkilatlarında cəmiyyətin tələbinin tam ödənilməsi və həmçinin mənfəət əldə olunması məqsədi kimi əmtəələrin alqı-satqı proseslərində həyata keçirilməsi üçün yönəldilən operativ və təşkilati fəaliyyətinin çox geniş sferasını əhatə edir.

Kommersiya fəaliyyəti müəyyən bir vaxt ərzində görülmə ardıcıl və yaxud paralel olan əməliyyatları özündə birləşdirir. Demək olarki hər bir biznesin əməliyyatı kommersiyanın həlledici və vacib tsikli hesab olunur. Bütün bu əməliyyatların yerinə yetirilməsi üçün isə "biznes-sövdələşmələri" mövcud olur. Bu anlayışa qanuna zidd olmayan bütün sazişlər aiddir. Kommersiya razılaşmaları 2 və daha artıq olan sahibkarların mənfəət əldə etmək məqsədi ilə qarşılıqlı və həmçinin şifahi və yazılı olan sövdələşmələri nəzərdə tutulur.

İqtisadi baxımdan belə hesab etmək olarki kommersiya fəaliyyəti istehsal edilən hazır olan əmtəələrin istehsalçılardan istehlakçılara çatdırılması zamanı vacib vasitəçi rolunu yerinə yetirir. Kommersiya fəaliyyəti həmçinin müəyyən xidmət sahələrilə əhatələnmişdir. Kommersiya sferasında xidmətlərin əsasən istehsal ilə bağlı olmuş birlikdə inkişaf etmişdir, buna nümunə əmtəələrin , saxlanması, çəkilməsi, bükülməsi və s. bu kimi olan xidmətləri yeni istehlak qiymətini yaratmayaraq əmtəənin qiymətinə daxil olunur.

Müəssisə fəaliyyəti olaraq kommersiya fəaliyyəti kompleks olaraq məsələlərin həllinə yönəldilmiş ticarət işi hesab olunur.

Kommersiya fəaliyyətinin başlıca iştirakçıları müəssisələr ilə bərabər həmçinin istehlakçılar hesab olunur. Müəyyən edilmişdirki, sahibkarlara görə razılaşma zamanında gəlir və ya iqtisadi mənfəət əsas hesab olunursa, istehlakçılara görə əldə olunan gəlir əldə etmək istədiyi keyfiyyətli məhsullar yaxud yüksək xidmətin göstərilməsi hesab olunur. İstehlakçılar passiv alıcılar olmayan, kommersiya fəaliyyətinin tam hüquqlu iştirakçıları hesab olunur həmçinin bu fəaliyyətin tənzimlənməyində birbşə iştirakçıdır. Burdan belə nəticəyə gəlmək olurki məhsul verən ilə pərakəndə ticarət halqısının vacib subyektləri istehlakçılar hesab olunur.

Kommersiyanın səmərəliliyi məsələlərində istehlak bazarlarının subyektləri əsasında cəmiyyətin tələbatının öyrənilməyinə istiqamətləndirilməlidir. İstehlakçılarının məhsul həmçinin xidmətləri üzərində olan maraqları sahibkarlara məhsullara və xidmətlərinə ədalətli qiyməti müəyyənləşdirmələrini və növ fərqliliyi amillərinin nəzərə alınaraq formalaşmağına təsirini göstərir.

İnzibati- əmirlik sistemində mövcud idarə olunma üsulları ticarətdə kommersiya fəaliyyətinin əsasən bölüşdürücü funksiyalarını yerinə yetirmək ilə məhdudlaşdırılmağına səbəb olmuşdur. Rəhbərlikdən əmtəənin istehsal olunmasına görə xeyli planlar və tapşırıqlar olunurdu və fondlarda rəhbərliyin özü tərəfindən

bölüşdürülürdü. Ticarət müəssisələrində işləyənlərdən isə sadəcə olaraq verilmiş göstərişlərə sözsüz şəkildə əməl edilməyi tələb edilirdi.

Həm bazar münasibətlərinin həmçində sahibkarlığın tərəqqisi, müəssisələrin tam təsərrüfat müstəqilliyinə, öz özünün maliyyələşdirməyinə və özünün idarə olunma sistemlərinə keçməyinə kommersiya fəaliyyətinin prinsipləri və üsullarının, əmtəə resursların formalaşmağı qaydalarında köklü olaraq dəyişilməyinə səbəb olmuşdur. Həmin prinsiplər aşağıdakılarla xarakterizə edilir:

- Tərəf- müqabili, kontragentin secimində müstəqilliyi;
- Alış mənbəyinin yəni məhsul göndərənlərin çoxluğu;
- Tərəf- müqabillərin iqtisadi bərabərliyi;
- Əmtəələrin alqı satqısı həmçinin məhsul göndərilməyi prosesinin öz özlüyündə nizamlanmağı həmçinin tənzimlənməyi;
- Qiymətlərin müəyyənləşməyində müstəqilliyin əldə edilməsi;
- Malgöndərənlər ilə alıcıların arasındakı rəqabətli mühit ;
- Tərəflərin öz üzərlərinə götürdükləri məsuliyyətlərə görə maddi həm də maliyyə məsuliyyətləri daşımalarında aiddir.

Müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyəti, mahiyyət etibarilə, müəyyən məqsədlərinin əldə olunmağına yönəldilən hərəkətlərin zaman ilə planlaşdırılmağına görə nəzər də tutulan proqram növüdür. Proqramda, həm də gələcək imkanlardan istifadə edilməsi yaxud ola bələcək uyğunsuzluqlarında aradan qaldırılmağı istiqamətində artıq bu gün hazırlıq işlərinin görülməyinə imkan yaradacaq tədbirlər əsas tutulmalıdır. U.Stenton və Ç.Fütrellin obrazlı ifadələrinə görə, “planlaşdırmalar – gələcəkdə nəyin necə edilməli olduğunu müəyyənləşdirmək üçün hazırkı anda keçmiş tədqiq etmək deməkdir”. Planlaşdırma prosesinin planların ardıcıl formada təshih edilməyi prosesi kimi təqdim etmək olar . Bu o deməkdir ki, gələcəyə aid qərarlar təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələri

haqqında daima yenilənən məlumatlar ilə tutuşdurulmalı və müvafiq olaraq təshih olunmalıdır. Bazarın qeyri-müəyyənliyi şəraitlərində fəaliyyətə yönəldilmiş planlaşdırma sistemlərinin vacib fərqləndirən əlaməti, üstünlüyü onun çevikliyi və aşağıdakı hallara operativ reaksiya göstərmək qabiliyyətidir: - xarici mühitlə qarşılıqlı münasibətlərdən kənarlaşmalara; - yeni imkanların yaranmasının müəssisə daxilində vəziyyətin dəyişməsinə. Başqa sözlə desək, plan – qarşıya qoyulan məqsədlərə mərhələlərlə nail olunmasına nəzarət vasitəsidir. Məqsədlər digər, daha effektiv üsullar ilə nail olmaq üçün əlverişli şərait yarandıqda, şirkət rəhbəri plana müvafiq dəyişikliklər oluna bilər. Məqsədyonlu idarə etmə konsepsiyasının planlar sisteminin məzmununu və planlaşdırmanın təşkilinə məqsədli yanasmanı sərtləndirmisdir. Strateji planlaşdırmaya aid bir xeyli təriflər vardır. Nümunə üçün, Amerika alimləri C.Shteyner və C.Mayiner bu prosesi “korporasiyanın uzunmüddətli məqsəd və vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsi, hərəkət kursunun qəbulu və bu məqsədlərə nail olmaq üçün resursların bölünməsi” kimi nəzərdən keçirirlər. Gələcək İnstitutun əməkdaşları strateji planlaşdırmanı “xüsusi ayrılan məqsədlərə nail olmağına istiqamətlənən və zaman ilə rəsvədləşdirilmiş çox saylı olan qərarlar” kimi qiymətləndirirlər. “Kapitalist ölkələrinin firmalarında strateji planlaşdırma”

icmalında bu cür tərif olunur: “...cari qərarlarda ehtimal olunan gələcəkdə dəyişikliklərin nəzərə alınması, təşkilatların fəaliyyət istiqamətlərinin, gələcək mal və xidmətlər nəsilələrinin yaradılması yollarının, eləcə də təşkilatın qarşısında duran məqsədlərin reallaşmasını təmin edəcək siyasətin müəyyənləşdirilməsi”. İdarə etmə üzrə fundamental işin müəllifləri olan A.Dubrin, R.Ayerland və C.Uilyams “tez dəyişən və rəqabətli işguzar şəraitlərdə firmanın cari, perspektivli məqsəd və vəzifələrə nail olmaq üçün resursların paylaşdırılması proseslərini” strateji planlaşdırma adlandırırlar. F.Khotler “firmanın məqsədlərini, onun potensial imkanlarını və marketinq sahəsində şansları arasında strateji uyğunluğun yaradılması və saxlanması üzrə idarə etmə prosesini” strateji planlaşdırma kimi nəzərdən keçirir. Qeyd olunan təriflərdəki fərqliliklərin olamğına baxmayaraq, 2 əsas məqamı fərqləndirmək olar olar: - strateji

planlaşdırmanın uzunmüddətli oriyentasiyası; - müəyyən məqsədin (məqsədlərin) mövcudluğu.4.səh.85-91.

1.3 Kommersiya fəaliyyətinin psixologiyası və etikası

Etika dedikdə insanların davranışları prinsiplərinin məcmusu başa düşülür. Burdan aydın olurki biznes sahəsinə aid edərək bildirmək olar ki, işgüzar etika məhz özündə biznes sferasını ilə məşğul olanların davranış prinsipini əks elətdirir. İşgüzar etika əməkdaşların işgüzar olan münasibətlərini, həmçinin davranışlarını işgüzar aləmdə ümumi olaraq qəbul edilmiş davranış prinsipinə uyğun olu olmamağı baxımından nəzərdən keçirtməyə və həmdə qiymətləndirməyə imkan yaradır. Bu prinsiplərə istinad etmək cəmiyyətin bütövlükdə inkişafına fəal olaraq təsirlərini göstərir, vətəndaş borcunu yerinə yetirmək üçün peşəkar imkanlara malik olan sahibkarlara köməklik edir. Bununla bağlı olaraq olaraq, işgüzar etikada strukturu formalaşdıran komponentləri kimi çıxış edən əxlaqı dəyərləri fərqləndirmək məqsədə uyğundur. İşgüzar etika azadlıq kimi ümumi olaraq insanı dəyərlərə əsaslanmışdır. Aydın olur ki, biznesmenlər və yaxud menecerlər təkcə özlərinin kommersiya fəaliyyətlərinin deyil, həm də rəqiblərinin fəaliyyətinin azadlığında qiymətləndirməlidirlər və bu da onun işlərinə müdaxilə olunmamağında, hətta ən az maraqlarının belə itirilməməyində təzahür edir. Səbirlilik işgüzar qarşılıqlı olan münasibətlərin digər əsas təməl prinsipidir . Səbirlilik prinsipi əməkdaşların, müştərilərin və həm də tabelikdə olanında zəiflik və çatışmamazlıqlarını “bir həmlədə” yox etməyin qeyri\mümkün olmasının qavranılmasıdır. Səbirlilik məhz qarşılıqlı olan etibar həm anlayış və həmçinin səmimiyyət yaradır, münaqişəli zamanlarda onları hələ yaranmadan həll etməyə imkan yaradır.7.səh 52-54.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələr insanların bu və ya digər ehtiyaclarını qarşılamaq ,mənfəət əldə etmək, fəaliyyətini davam etdirmək üçün məhsullar istehsal edir ,satır və ya xidmətlər göstərirlər ,bunları ümumiləşdirsək yəni kommersia fəaliyyəti ilə məşğul olurlar.bu fəaliyyəti yerinə yetirərkən mutləq olaraq iş dünyasında münasibətlər,işçilərin haqları,işçilərin çalışdıqları müəssisəyə qarşı məsuliyyətini yerinə yetirməsi kimi qarşılıqlı münasibətlər yaranır.

Kommersiya etikası müasir biznesin mövcud ola bilmədiyi ele bir kateqoriya dərki ,onsuz kommersiyanın nəhəng potensialından effektiv istifadə etmək qeyri-realdır.(1.seh 97).

Bu munasib  tl  rin dəyərlərə uy  gun tənzimlənməsi üçün etik qaydalara riayət olunması m  tl  qd  r.

Etika anlayışı günümüz də muxtəlif sahələrdə iqtisadiyyat,hüquq,siyasət, və digər sahələrdə   n çox qar  ılı  d  ı  mız anlayı  ş d  r.Umumilik də etika davranı  şlarımıza istiqamət verən, ataca  ı  mız addımlara v   qəbul ed  c  y  miz qərarlara oz təsirini göstərir.B  znes fəaliyyəti ilə əlaqədar olan məsələləri Biznes Etikas   sahəsi   zund   əks etdirir. Biznesin etikası terminini dedik də biznes sferasında düzgünlüyü, s  mimiliy  , verilən v  d  y   tam dəqiqlik ilə ilə əməl olunmağına v   bazarda mövcud olan qanunauy  gunluqlara, qəbul lunmu  ş qaydalara uy  gunolan səmərəli fəaliyyət göstərmək qabiliyyətlərinə əsaslanan i  şguzar etika v   h  m  çinin davranı  ş prinsipləri, normativl  riiv   qaydalarının məcmusu nəzərdə tutulur.

Biznes etikası hər hansı bir fərdin və ya qrupun biznes fəaliyyəti prosesində n  mayi  ş etdirdiyi davranı  ş forması d  r.Digər mənada isə B  znes etikası hamı tərəfindən qəbul olunmu  ş dəyərləri   zund   əks etdirən b  znes qayda və qanunlarının məcmusudur.Biznes etikası kommersiya fəaliyyəti y  num  nd  n əmtəənin keyfiy  tin  ,istehlakcının m  mnunıyy  tin   ,i  şcil  rin təhlükəsiz və sa  ğlam i  şl  m  y  n   səbəb olur.

Kommersiya etikası-açıqlığa ,düzgünlüyü ,qüvvədə olan qanunvericiliyə uy  gun olaraq ,bazarda effektiv olaaraq fəaliyyət göstərmək qabiliyyətinə əsaslanan i  şg  zar etikad  r.

Hal-hazırda kommersiya etikası ictimai şəraitin əsas məqsədlərindən birinə   vrilmi  ş və sahibkarlıq etikası v   mədəniyyəti kimi nəzərdən keçirilir.

  qtisadi psixologiya n  n əsas v  z  f  l  rind  n biri Sahinkaeların- sahibkarın şəxsiyyətinin təsvir olunmasının, psixoloji şəklinin verilməyi, onun fərqli sosial-mədəni mühitə və iqtisadiyyatın fərqli pillələrinə n   qədər

uy  gun olmağı m  s  l  lerid  r. Ayd  mla  dırmaq lazımd  rki,respublikada ba  ş verən d  yi  şiklikl  ri sahibkarın portretinə necə təsir edir və bu kimi d  yi  şiklikl  r əsas olaraq hansılardır. Sahibkarların psixoloji portretinin ilk əvvəl yarad  cılarında olan Veirner

Zombart bildiridiki, sahibkarlıq ruhu – burokratiya ilə ərabər kapitalist ruhunda ayrılmaz hissələrindəndir. Sahibkarlar aşağıdakı göstərilən keyfiyyətlərə malik olmalıdırlar:

- Nailolmaq qabiliyyəti,
- Əldə etmək (mənəvi olaraq azadlıq, iradə, qətiyyətlilik, inadcılılıq və daimilik);
- Təşkilatçılıq qabiliyyəti (insanları düzgün olaraq qiymətləndirə bilmək, insanların hərəkətlərini əlaqələndirməyi bacarmaqla işləməyə məcburetmək qabiliyyətləri);
- Tacirlik qabiliyyəti (məcbur etməyərək insanları bir yerə cəmləmə, onlarda öz məhsullarına qarşı maraq oyatmaq, inam hissini yarada bilmək qabiliyyəti);
- Bütün işlərin səmərəli olaraq aparılması,
- Dərrakəlilik,,
- Qənaətçilik ilə əlaqədar olan təsərrüfatçılıq;

Kommersiya nüfuzluluğu və etibarlılığı olan işgüzar məənəviyyət, müqavilələrə sadıqlıq və ciddi hesabatın olunması.

Kommersantın –sahibkarların psixoloji portretləri üçün əsas olan keyfiyyətlər bunlardır: Əqli blokda - səriştəli olmaq, inkişaf etmiş olan təxəyyülün olmağı, real olan fantaziya, inkişaf etmiş olan hissiyat, perspektivli düşüncələr;

Kommunikativ blokda isə işçi heyətinin işinin əlaqələndirməsi bacarığı, digər adamlar ilə sosial-loyal olan ünsiyyətdə ola bilmək və həmçinin, axının əksinə olaraq gedə bilmək qabiliyyətləri;

Motivasiya_iradəlilik blokunda isə riskə meyillilik, daxildə nəzarət, mübarizə etmək və qalib gəlməyə canatmaq, öz-özünü aktuallaşdırma bilmək və cəmiyyət tərəfindən tanınmağa tələbatın olmağı. Sahibkarlar yaxşı sağlamlıq, tükənməz enerjiləri və həmçinin nikbin olaraq təsəvvürelirlər. Qərbi, xüsusilə də Amerikanın motivasiya nəzəriyyələri insanların ən əsas motivasiyalarını kimi omlarən uğur qazanmağa çalışmalarını qeyd edir.

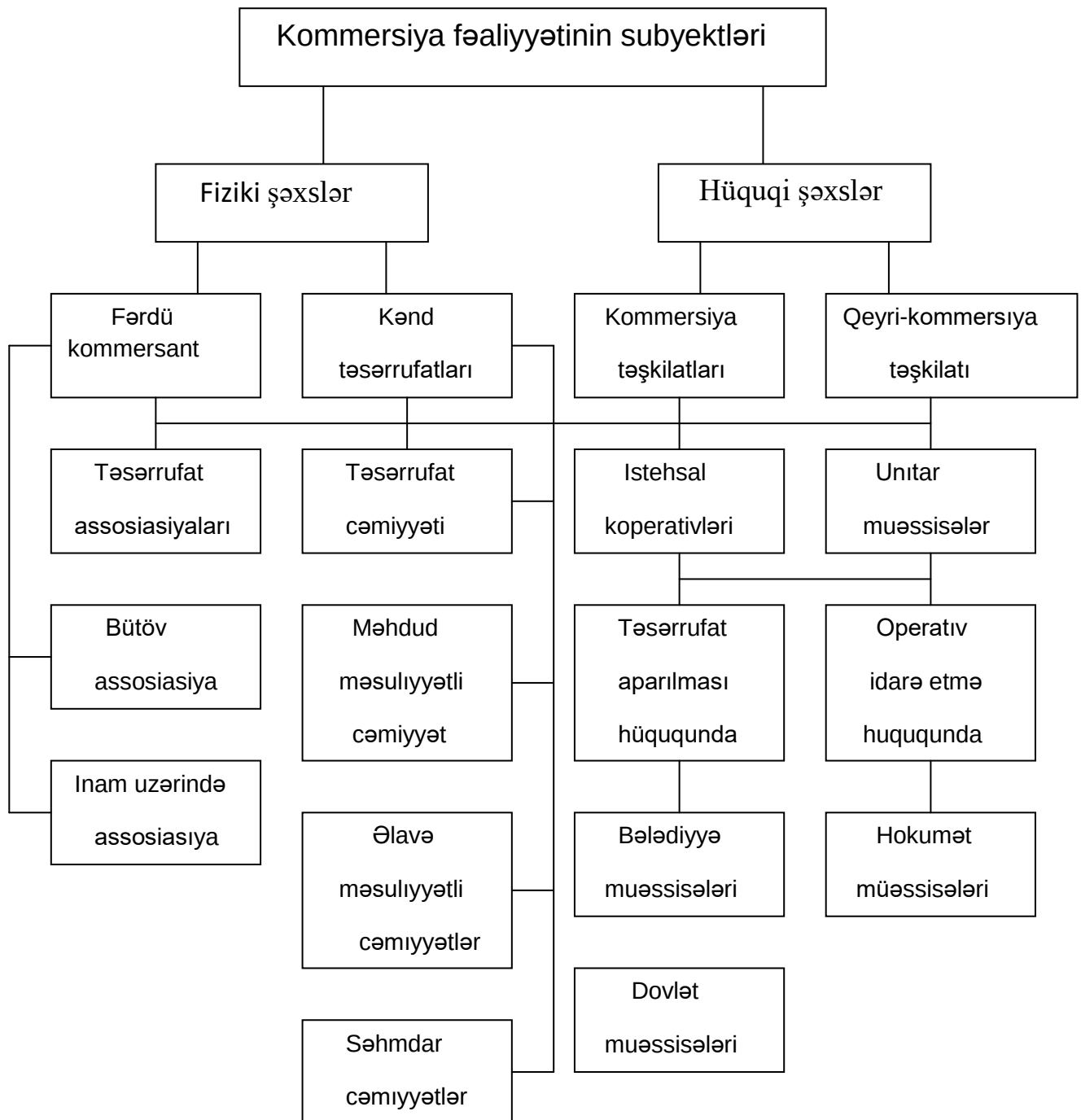
Sahibkarların Keyfiyyət təzahür indikatorlarına aşağıdakılar aid olunur :

1. İmkanların axtarılmağı həmçinin təşəbbüskarlılıq - Yeni və ya qeyri-adi olan işgüzarlılıq imkanlarını görmək və bundan istifadə etmək;
 2. İnadkarlılıq -- Vəziyyət məcbur etməmişdən qabaq hərəkət etmək.
 3. Təkidlilik - Bütün ola biləcək maneələri yox etməyə görə dəfələr ilə cəhd etməyə hazır olmaq; - Məqsədinə çatmaq üçün strategiyanı dəyişə bilmək.
 4. Risklərə hazır olmaq -- Çağırış vəziyyətini və ya mülayim risklərə üstünlük verir; - Riskləri azaltmaq və həmçinin nəticələrdə nəzarət etmək hərəkətlərini əsas tutur
 5. Effektivliyə istiqamətlənmək - Əşyalanı tez , ucuz keyfiyyətli düzəltmək yollarını tapmaq- Mükəmməlliyə nail ola bilmək, effektivlik standartlarını təkmilləşdirməyə çalışmaq.
 6. İşçi əlaqələrinə cəlb etmək qabiliyyəti - Öz üzərinə məsuliyyəti götürərək həmdə işlərin yerinə sosial olaraq yönəldilmə «balıq», «delfin», «xərcəng» ,«akula» ,Altruizm Egoizim Qətiyyət min- max edilmə yetirilməsinə görə şəxsi qurbanlara getmək.
 7. Məqsədyönlü olmaq - Məqsədlərini dəqiq ifadə edə bilmək, uzunmüddətli bir görünüşə malik olur; Daimi olaraq isə qısamüddətli olan vəzifələri qoyur həmçinin bunları dəqiqləşdirir .
 8. Məlumatlı olmağa çalışmaq - Müştəriləri, malgöndərənləri həmçinin rəqibləri barədə özü şəxsən olaraq informasiya yığır; b) Özünün məlumatlı olmağı üçün isə şəxsi və işgüzar əlaqələrindən istifadə etməyi bacarır.
 - . 9. Sistematik olaraq planlaşdırmaq və müşahidə etmək - İri vəzifələri yarımvəzifələrə bölmək ilə planlaşdırırlar; b) İşlərin yerinə yetirilməyinə nəzarət prosedurunı işləyirlər və ondan istifadə edirlər .
 - 10.İnandırmaq qabiliyyəti və əlaqələri yarada bilmək bacarığı - İnsanlara təsiretmək və inandırmağa görə ehtiyatlı strategiyadan istifadə etmək bacarığı; Məqsədinə çatmaq üçün öz şəxsi həmçinin işgüzar əlaqələrindən istifadə etmək.
 - 11.Müstəqillik və özünə inanmaq – Qayda-qanunlardan və başqa insanlara nəzarət etmədən müstəqil olmağa çalışır. Qarşıdurmaların olduğu və umüvəffəqiyyətin olmadığı axtlarda özünə nanır; Çətin olan məsələləri həll etməkdə öz gücünə güvənir.
- 1.səh 97-103.

Biznesin etikas ı --b ıznes f  al ıyy  t  nd ıv   h  m  n  n b ıznesl   ba ցlı q  rarlarında basqalarının (iř il r n n, səhmdarlarının, muř t ril r n n, investrl r n n, hokum t n, əhalinin və s.) nəzərdə tutulmasıdır. Respublikamızda b ıznes etikas ı çox  srli inkiřaf tarixi kecmiř. Azərbaycan Respublikasında b ıznes etikas ı n  n formalařma ցının əsasında cəmiyyət  n milli- mədəni, tarixi , dini g r řl ri və h  m  n  n milli mentalitet məsələləri durur. Bunlarla b r b r b ıznesd  etikan  n inkiřafına cəmiyyətdə yařanan siyasi, ictimaii, hüquqi, iqtisadi, mədəni -sosial proseslər birbařa olaraq  z təsirini göstərir. Bütün bunlardan sonra bu nəticəyə gəlmək olarki, b ıznes etikas ı müstəqil olaraq tədris və h  m  n  n tədqiqat obyektinə çevrilib. Ölkəmizdə b ıznes etikas ı çox  srli inkiřaf yolu kecer k formalařmıřdır. Azərbaycanda b ıznes etikas ı n  n formalařma ցının əsasını cəmiyyət  n milli- mədəni, tarixi və h  m  n  n dini dəyərləri və həm də mentalitet məsələləri t řkil etmiřdir. Bununla b r b r olaraq b ıznes etikas ı inkiřafına cəmiyyətdə bař ver cek siyasi- ictimai, huquqi, iqtisadi, mədəni - sosial proseslər  nd  t sirid  b yukd r.

Fəsil II.KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ VƏ SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİ .

2.1. Kommersiya fəaliyyətinin növləri və idarə olunma formaları



sxem2. Kommersiya fəaliyyətinin subyektləri

Göründüyü kimi kommersiya fəaliyyətinin subyektləri müəyyən təşkilati –quruluş formasında fəaliyyətlərini göstərilər. Onlar, fərdi olaraq, tərəfdaşlıq formasında, korporasiya formasında kommersiya fəaliyyətlərini təşkil edə bilirlər. Ümumilikdə isə kommersiya fəaliyyətinin təşkilati formalarının xarakteristikalarına aşağıda göstərilənlər aid olunur.

	Fərdi müəssisələr	Tərəfdaşlıq	Korporasiya
Yaranması cətinliyi	Sadə və asan yaranmağı, təşkilatın və rəsmiləşdirmənin aşağı xərclərlə	Fərdi müəssisələrdə olduğu kimi və əlavə olaraq iştirakçılar arasındakı müqavilə	xüsusi qanunverici tənzimləmə ilə əlaqədar maddi xərcləri tələb edir.
Kapitalın qabiliyyəti	mülkiyyətçinin əmanət ölçüsü məhduddur	iştirakçıların əmanət ilərinin birləşdirilməsi yolu ilə kapitalın cəlb edilməyi yüksəkdir	qiymətli kağızların emisiyası vasitəsi ilə tez kapitalı hərəkətə gətirir

Mülkiyyətçinin məsuliyyət miqyası	mülkiyyət də daxil olmaq ilə bütün ohdəliklər üzrə tamdır.	iştirakçıların mülkiyyəti daxil olmaqla tam bölünmüş, subsidiar	tutulan qiymətli kağızların dəyəri məhduddur.
Mülkiyyətçi tərəfindən nəzarətin səviyyəsi	bütün fəaliyyət üzərində tam	iştirakçılar arasında bölünür ki, bu da fikir ayrılığı mənbəyidir	səhmlərin tutulan hissəsinə uyğundur
Mövcudluq Davamıyyəti	sahibkarın həyat davamıyyəti ilə məhdudlaşır.	tərəfdaslar arasında sövdələşmələrdən asılı olur	ancaq böhran halında dayandırılır

Sxem 3. Kommersiya fəaliyyətinin təşklati formalarının xarakteristikası

Kommersiya fəaliyyətinin təşkilində, məhsulların istehsalından sonuncu istehlakçıya çatdırılmasınadək, təsərrüfat subyekti aralarında olan münasibətlərin tənzimlənməsində malgöndərənlər özləridə də xüsusi çəkiyə malik olurlar. Malgöndərənlərin fərqliliklərinin qiymətləndirərək, onları fərqli olan əlamətinə görə bu əlamətlər funksional, ərazi, mülkiyyət formalarına uyğun olaraq bir neçə qrupa bölmək olar.

Ümumiləşdirilmiş şəkildə isə bütövlükdə malgöndərənləri iki qrupa kateqoriyaya bölmək olur : malgöndərən -- istehsalçılara və malgöndərən--topdan müəssisələrə bölmək mümkündür.

Malgöndərən- istehsalçılar :alıcıların tələbini ödəmək üçün istehlak təyinatlı fərqli çeşidli əmtəələrin istehsalını həyata keçirən istehsal müəssisələri, firmaları, fərdi sahibkarlar hesab olunur.

Malgöndərən - topdan müəssisələr isə məhsulları malgöndərən -istehsalçılardan , topdan vasitəçilərdən alaraq onları topdan alıcılara və ya pərakəndə ticarət müəssisələrinə, agentlərə, brokerlərə və s satır.

Kommersiya fəaliyyətinin başlıca parametrlərinə isə topdan və pərakəndə satış, birjalı, auksionları, yarmarkaları, lizinqləri, faktoringləri və digər bu kimi əməliyyatları aid etmək olar.

Pərakəndə ticarət: istehlakçılara satılan şəxsi və ya ailəvi istifadəyə görə nəzərdə tutulan mal və xidmətlərin dəyərliliyini artıracaq bütün sahibkarlıq fəaliyyətinin məcmuyudur.

Pərakəndə ticarət : şəxsi istifadə üçün nəzərdə tutulur, istehlakçılara mal və xidmətləri satan kompaniyalar, obyektlərdən ibarətdir ki, istehsal və alıcıları birləşdirən, bölgü kanallarında axırncı həlqədir. Istehsal firmaları malları hazırlayırlar və topdan - pərakəndə ticarətlə məşğul olanlar isə öz növbəsində məhsulları firmalara satır. Topdan satış firmaları isə bu malları pərakəndə ticarətə, pərakəndə ticarət isə son

istehlakçılarına satışı təmin edir. Firmaların bəziləri bir çox mallar üzrə , başqaları isə daha geniş mal növlərini əhatə edən mağazalar vasitəsilə pərakəndə ticarətlə məşğul olur. Bunlardan əlavə olaraqda firmalar univərmaqlar və ya kataloqlar üzrədə pərakəndə ticarətlə məşğul ola bilirlər.

Əmtəələrin pərakəndə satışına uyğun olaraq kommersiya işi aşağıda göstərilən mərhələlərdən ibarət olur:

- Əmtəələrə olan alıcı tələbinin öyrənilməsi və proqnozu;
- mağazalarda əmtəələrin optimal olan çeşidlərinin formalaşması məsələsi;
- pərakəndə ticarət müəsisələrində həyat keçirilən reklam- informasiya fəaliyyəti;
- Məhsulların pərakəndə səmərəli satış metodlarının seçilməyi;
- Alıcılara yüksək ticarət xidmətlərinin göstərilməsinin təmini.

Perakəndə ticarətdə məhsul satışının aşağıdakı göstərilən metodlarda geniş tətbiq olunur:

- Özünə xidmət : müştəriyə metodlar ilə məhsul satışının başlıca metodlarındanır. Məhsul satışının özünə xidmət metodunda alıcılar ticarət salonunda satışa qoyulan bütün məhsullara azad yanaşırlar. Mağazanın işçi heyətinin köməyinə müraciət etmədəndə sərbəst məhsul seçirvə, mağazanın çıxışında olan kassada seçdiyi məhsulun qiymətini ödəyir.
- Ənənəvi olan metod vasitəsi ilə mallar satıcılar tərəfindən alıcılara təqdim olunur və satıcının iş yeri alıcılardan pıxtaxta vasitəsilə fərqləndirilir və hesablasma məhz satıcılar tərəfindən həyat keçirilir.
- Perakəndə məhsul satışının xüsusi növləri vardır ki, bunlara kreditlə məhsulların satışı, komission qaydasında məhsul satışı, ucuzlaşdırılmış məhsul satışı aid olunur.

- Məhsulların açıq olaraq nümayişi və alıcıların məhsulları müstəqil seçilməsi yolu ilə satış zamanı alıcılar nümayiş zalındakı məhsullara baxaraq və satıcılarının məsləhətilə sərbəst seçimlərini edir.
- Öncədən verilən sifarişlər üzrə satış vaxtı müəyyən olan müqavilələr və yaxud müqaviləsiz olaraq müəyyən həcmdə və müəyyən olunmuş qiymətlərlə baş verən alqı satqı prosesi həyat keçirilir.

Topdan ticarət deükdə- Xalq istehlakı məhsullarının topdan satışı mal tədavülü prosesinin mühüm tərkib hissəsi başa düşülür. Topdan satış, istehsal və pərakəndə ticarət arasındakı aralıq mövqedə olaraq, ölkədə səmərəli olan məhsul yeridilişini təmin edir. İstehsalla istehlak arasındakı əlaqənin yaradılmasına və möhkəmləndirilməsi zamanı topdan ticarət mühüm rola malikdir.

Məhsulların topdan satışı pərakəndə satışından fərqlənərək məhsulların topdan formada alıcılara reallaşdırılmasını formalaşdırır. Bu cür satışın nəticəsi topdan məhsul dövriyyəsinin müəyyən bir məbləğində özünün əksini tapmış olur. Topdansatış mal dövriyyəsi topdan müəssisənin fəaliyyətinin əsas göstəricilərindəndir.

Məhsulların topdan satışı 2 formada həyata keçirilir: tranzit formada, bu zaman topdan müəssisə məhsulları özünün anbarına daxili etmədən bunların satışını apara bilər və ya məhsulların satışını öz anbarlarında həyata keçirə bilər.

Ümumilikdə isə məhsulların topdan satışı ilə bağlı kommersiya fəaliyyətinin mahiyyəti aşağıdakı göstərilən əməliyyatların yerinə yetirilməsini mühüm edir:

- satış bazarının müəyyən olunması
- məhsul alıcıları ilə təsərrüfat əlaqələrinin yaradılması;
- məhsulların topdan satış növlərinin həmçinin üsullarının seçilməsi;
- topdan müəssisələrin tərəfindən müştərilərə yüksək xidmətlərin göstərilməsinin təmini;

- məhsul alıcıları tərəfindən müqavilələrin yerinə yetirilməyi barədə uçotunun təşkil olunmağı.

- topdan satış müəssisələrinin reklam informasiya fəaliyyəti.

Bazar münasibətlərinin mövcud olduğu şəraitdə topdan satış firmalar xüsusi mağazaları , anbarları vasitəsilə və yaxud avtomagazalardan istifadə etməklə məhsullarının cəmiyyətə pərəkəndə satışını həyata keçirir. Bu zaman topdan satış müəssisələri faktiki topdan pərəkəndə firmalarına və yaxud ticarət evlərinə çevrilmiş olur.

Kommersiya fəaliyyətinin in öyrənilməsi bazar iqtisadiyyatı şəraitində gəlirin artırılması və təkmilləşməsi baxımından məqsəd yönümlüdür.

Birja ticarəti- Birja : məhsulların , xidmətlərin,və qiymətli kağızların satışı ilə məşğul olan fəaliyyət göstərən topdan bazar dır. Onlar bazar iqtisadiyyatının iqtisadi aləti rolunu oynayır və məhsulların, xammalların həmçinin qiymətli kağızların alışında və satışında azad bazar münasibətlərini formalaşdırır.

“ Birja anlayışı latın sözü olub mənasısa çanta deməkdir. XV əsirdə Niderlandın məşhur ticarət mərkəzi Brügge məşhur dəlial həmçinin pul dəyişən Vander Bürsanın evinin önündəki meydançada xarici vekselləri əldə etmək və ticarət məlumatlarının ötürülməsi məqsədi ilə dünyanın müxtəlif ölkələrindən tacirlər gəlirdi. Burdan aydın olurki XV- XVI əsrlərdə birjalar məhz Hıllandiya , İtalya və Böyük Britaniyada yaranmışdır.

Birijalar üçün standartlar və yaxud standart numunələri üzrə məhsulların alqı satqısı xarakterik cəhətdir.

İEO də birja ticarəti taxıl və başqa kənd təsərrüfatı məhsulları, tikinti materialları, əlvan metallar qara metallar və başqa əmtəə bazarlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir. Birjaların hal-hazırkı dövrdə satdığı əmtəələri və etdiyi sövdələşmələrindən asılı olaraq üç növü fərqləndirilir :

- Faktorinqlər
- Əmtəələr
- Fond birjalar

Hərraclarda , müsabiqələridə ticarət. Torqlar hərrac, və ya müsabiqə yolu ilə həyata keçirilir. Hərracda udanlar torqlar ən yüksək qiymət təklif edənlərdir. Müsabiqədə qalib gələnlər isə yaxşı şərtləri təklif edənlər kimi bilinir.

Hərrac və müsabiqələr açıq və qapalı formada həyata keçirilir. Açıq hərraclarda yaxud müsabiqələrdə ancaq dəvət olunmuşlar iştirak edir. Hərraç sozu latın sozu olmuş mənasısa isə kütləvi olan ticarət forması öncədən yeri və zamanı müəyyən olunmuş xüsusi və kütləvi xüsusiyyətə malik olan məhsulların satış formasıdır. Hərraclar ticarətin satışdan maksimum mənfəət əldə etmək üçün istifadə olunan pərakəndə satış ticarət formasıdır. Bu vaxt satıcı məhsulun ilkin qiymətindən asılı olaraq sonra bu qiyməti yüksəldirlər.

Sifariş edilən məhsulların verilməsi və müəyyən olunan podrat işlərinin yerinə yetirilməyinə görə aparılan üsullardan biridə müsabiqələrin və yaxud tenderlərin həyata keçirilməsidir.

Müsabiqə – məhsullarının göndərilməsi məqsədilə sifarişlərin və öhdəliyə götürülmüş işlərin yerinə yetirilmək üçün daha qənaətli kommersiya əməliyyatlarını yerinə yetirmək məqsədilə təşkilatların keçirdikləri formadır.

Müsabiqə yolu vasitəsilə satışı aşağıdakı formada xarakterizə olunur : sifarişçi malgöndərənlər üçün müsabiqə elan edir. Bu vaxt podratçılar və sifarişçilər üçün ən rahat şərait təklif olunur.

Lizinq: Lizinq sözü kirayəyə götürmək, icarə vermək mənasındadır. XI X əsrin 2 ci yarısından sonra, 187 7 ci ildən “Beill” telefon kompaniyası telefonların aparatlarını satmayaraq onları sadəcə icarəyə vermək haqqında qərar qəbul etmiş sonra isə istifadəyə daxil olunmuşdur.

Lizinq əmlakın əldə olunması və onun lizinq müqaviləsi ilə müəyyən olunmuş ödəniş əsasında, müəyyən bir müddətə və müqavilədə nəzərdə tutulan müəyyən şərtlər ilə, lizinq alanın əmlakı olmağı hüququ əsasında fiziki və hüquqi şəxslərə kirayə verilməsi üçün investisiya fəaliyyətinin növüdür.

Lizinqin formalarına daxili və beynəlxalq lizinq aiddir.

Daxili lizinq həyata keçirilən zaman lizinqalanda həmçinin lizinqverəndə, satıcıda Azərbaycan Respublikasının rezidenti olmalıdır.

Beynəlxalq lizinqdə isə lizinqverən və yaxud lizinqalan qeyri-rezident olur.

Lizinqin aşağıdakı növləri vardır :

- operativ lizinq
- maliyyə lizinqi
- qaytarılan lizinq

Maliyyə lizingi həyata keçirilərkən, lizinqverən müəyyən satıcıdan lizinqalanın qeyd etdiyi əmlakı öz mülkiyyətinə almağı və həmin bu əmlakı lizinq predmeti kimi müəyyən olunmuş haqq ilə müəyyən müddətlik və müəyyən olunmuş şərtlər ilə lizinqalanın müvəqqəti olaraq istifadəsinə verir.

Maliyyə lizinqinin bir növüdə qaytarılan lizinqdir, bu vaxt lizinq predmetinin satıcısı eyni vaxtda lizinqalan kimi iştirak edir.

Digər bir lizinqin növüdə operativ lizinqdir: lizinqin elə növü hesab olunurki lizinq verən öz riski əsasında əmlak əldə edir və onu lizinq predmeti kimi müəyyən haqq ilə, müəyyən müddət ərzində müəyyən olunmuş şərtlər ilə lizinq alanın müvəqqəti olaraq istifadəsinə verir.

2.2 Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili məsələləri.

Əmtəələr bazarının fasiləsiz olaraq və yüksək dərəcədə mənfəətli işləməyi üçün onun fəaliyyət mexanizminə təkan verən kommersiya işinin optimallığına mümkün dərəcədə əməl edilməlidir. Kommersiyalaşma prosesinin optimallığı topdan və pərakəndə satış iqtisadi qurum kimi fəaliyyətlər göstərməsinin əsasını təmin edir. Kommersiyalaşma davranışı sahəsində ticarətin həmçinin istehsalın bütün mərtəbələri ardıcıl şəkildə qoşularaq onlar vaxta, maliyyə, material xərcləri, nəqliyyat xərcləri və s. başqa xərclərə yüksək qənaət edərək, əmtəələri pərakəndə ticarətə zamanında çatdıraraq, yüksək mənfəət olunur. Və buna oxşar başqa qənaət xarakterli kommersiya fəaliyyətləri sahələri kommersiya optimallığının əsasını təmin edir.

Sistemli olaraq müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətlərinin səmərəliliyindən faydalanmağı üçün planlı olaraq aşağıdakı kimi əməliyyatları həyata keçirmək lazımdır. İstehsal müəssisələrinin yerini müəyyənləşdirmək, bazarda rəqabət qazana biləcək məhsul istehsal etməyi, əmtəələrini satmaq üçün topdan ticarət və birbaşa olaraq məhsul təchizatçıları ilə kommersiya razılaşmalarının təşkil olunması, hesablaşma formasının dəqiqləşdirilməsi, topdan ticarətin növlərinin seçilməsi, topdan ticarətin ardıcıl şəkildə fəaliyyət göstərməyi, onun depo fəaliyyətinin müasir olan texnologiyalar ilə və optimal işçi qüvvəsi ilə təchiz olunması, nəqliyyat xidmətlərinin çoxşaxəli quruluşu, pərakəndə ticarət ilə və istehsal ilə vaxt aşırı əks-əlaqələr yəni feed back yaratmaq, məhsulları pərakəndə satışa zamanında daxil olmağını təmin etmək və həmçinin qeydə almaq pərakəndə ticarətin bütün

bu əmtəələri qəbul etməyi, onları ticarət əməliyyatı və tədarük fəaliyyətlərini optimal təşkil olunması, onların uçotunu qeyd etmək, topdan ticarət ilə əlaqə qurmaq və həm də sifarişlərin zamanında göndərilməyi və s. bu kimi başqa səmərəlilik xarakterli əməliyyatları aiddir.

Ticarət müəssisələrinin optimal işləməyinin müəyyən olunması üçün bir sıra müəyyən olunmuş göstəricilərindən istifadə edilir. Müəyyən olunmuş bu göstəricilərin

ən əsası mənfəətdir ki, bu göstəricidə müəssisələrin bütün ticarət fəaliyyətlərinin nəticələri öz əsasını tapır reallaşdırılmış məhsulların həcmi, onların tərkibi və çeşidlərinin quruluşu, məhsuldarlığı və həmçinin xərclər səviyyəsi, qeyri məhsuldar olan xərclərin və itkilərin mövcud olması və s. Ticarət müəssisələrinin gəliri və ya mənfəəti müəssisənin bütünlükdə gəlirləri və olan xərcləri arasında fərq kimi hesablanır. Ticarətdə əmtəələr satışından əldə olunan gəlir və xalis mənfəət fərqli qiymətləndirilir. Əməliyyatlar mənfəəti - ticarət əlavələri və tədavül xərclərinin arasındakı fərqlərdən ibarət olur. Balans mənfəəti isə sair planlaşdırılmış və həmçinin planlaşdırılmamış gəlirlərin və xərclərin nəzərə alınması ilə hesablanır. Kommersiya fəaliyyətlərinin optimallığının qiymətləndirilməyində mənfəət ilə çəkilmiş xərclərinə müqayisələri vacib əhəmiyyətə malikdir.

Kommersiya fəaliyyətlərinin bazar iqtisadiyyatının mövcudluğu şəraitində çağdaş ticarət işlərinin qanuna uyğunluqlarının və meyllərinin aşkar olunması və müəyyənləşdirilməyini əsas vəzifə olaraq qarşıya qoymağı, əmtəələr tədavülü sferasında ticarət prosesinin optimal olaraq yerinə yetirilməyinə görə bu qanuna uyğunluq və meyllərdən istifadə olunması məqsəd yönüldür. Kommersiya fəaliyyətlərinin səmərəli şəkildə həyata keçirilməyi üçün vacib informasiyalardan biri məhz kommersiya sirri hesab olunur. Kommersiya sirri dedikdə – kommersiya baxımından bilərək gizli olaraq saxlanılmış iqtisadi maraqlarından və firmanın istehsal – təsərrüfat, idarə etmə, elmi-texniki və maliyyə ilə bağlı səlahiyyətlərinin fərqli olan tərəfləri və ya sferaları barədə informasiyalardan ibarət hesab olunur ki, bunlarında qorunması rəqabət mühiti və firmaların iqtisadi təhlükəsizliklərinə qarşı mümkün olan təhlükələrin olması ilə əsaslandırılır. Kommersiya fəaliyyətlərinin səmərəliliyini təmin olunması məqsədi ilə kommersiya əsaslarının ayrılması, kommersiya qərarlarının qəbul olunması vaxtı marketinq prinsipindən fəal olaraq istifadə olunması, kommersiya riskini öncədən müəyyən etməyi və kommersiya cəldliliyi prinsipi mütləq şəkildə nəzərə alınmalıdır. Bunlar ilə bərabər olaraq kommersiya fəaliyyətlərinin səmərəliliyini artırmanın proqnozlarını tərtib etmək və bundan məqsədə uyğun formada istifadə etmək lazımdır. (9 səhifə 337-343)

Kommersiya fəaliyyətlərinin optimal olaraq həyata keçirilməyinə görə topdan həmçinin də pərakəndə ticarətin öyrənilməyi və tədqiq olunması əsasdır və mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bunlardan bu nəticəyə gəlmək olarki kommersiya fəaliyyətlərinin bütünlükdə əsasını məhz satış təşkil etmişdir. Kommersiya fəaliyyətinin son məqsədi kimi mənfəətin əldə olunması nəzərdə tutulur ki bu da alıcılarən çoxsaylı tələbatlarının tam və keyfiyyətli şəkildə ödənilməsi halında mümkündür.

Hal –hazırkı dövrümüzdə kommersiya fəaliyyətlərinin xarici ölkələr ilə yaradılmağı dünya bazarındada mənfəət əldə edilməsinə və bu kimi imkanlarının axtarılmağı sahibkarlığın bütün növləri üçün əsas zəruriyyət hesab olunur.

Kommersiya fəaliyyətinin keyfiyyət göstəricilərindən biri tədavül xərcləridir. (kommersiya fəaliyyətinin səmərəli həyata keçirilməsi üçün çəkilən xərclər)

Tədavul xərcləri məhsulların istehsalçılardan istehlakçılara çatdırılmağı ilə əlaqədar olan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsinə deyilir. Tədavul prosesinin bütün mərhələlərində tədavül məsrəfləri yaranır. Bunların bir hissəsi satış və təchizatla məşğul olan təşkilat və müəssisələrin, digər hissəsi kənd təsərrüfatları məhsullarını satışı ilə məşğul olanların hissəsinə aid edilir.

Xarakterlərinə görə tədavül xərclərini 2 əsas qrupda təsniflədirirlər :

- 1) tədavül proseslərində istehsalın davamlılığı ilə əlaqədar olan məsrəflər;
- 2) dəyərlərin formasının dəyişməsi ilə əlaqədar olan tədavül xərcləri.

Tədavul xərclərinin səviyyəsi məsrəflərin pul ilə ifadəsi ilə məbləğlərinin mal dövriyyəsinə olan nisbətinə deyilir və faizlə hesablanır.

Tədavül məsrəflərinin səviyyəsi ticarət müəssisələri effektivliyinin mühüm göstəricisidir. Belə ki, tədavül xərclərinin səviyyəsinin aşağı salınması mənfəətin artmasına səbəb olur. Çünki bu 2 göstərici müəssisənin ümumi 2 tərkib hissələridir və bir-birinə tərs mütənasib olaraq dəyişir.

Tədavül xərclərinə qənaət etmək üçün onun səviyyəsinə təsir edən amilləri bulardan ibarətdir:

1) istehsalın təkmilləşdirilməsi və inkişafı.

- 2) Məhsuldar qüvvələrin yerləşdirilməyi
- 3) Malların yüklənərək daşınmağı işinin yaxşılaşdırılmağı
- 4) Mal ehtiyatlarının optimallaşdırılmağı
- 5) Ticarətin texniki bazasının vəziyyəti
- 6) Ticarətin təşkili formalarının təkmilləşdirilməsi
- 7) əməyin ödənilməyi fondunun səmərəli xərcləməsinin təmin edilməsi
- 8) Fəhlə və qulluqçuların ixtisaslarının və siyasi – mədəni səviyyəsinin yüksəldilməsi, onların öz əməklərinə maddi və mənəvi marağın gücləndirilməsi də tədavül xərcləri həcmi müəyyən edən mühüm amillərdəndir.

Ticarət müəssisəsinin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin digər mühüm şərti məhsulların dövriyyə sürətidir ki, bu da mal dövriyyəsi sürəti göstəricisində öz əksini tapır.

Mal dövriyyəsi sürəti əmtəələrin dövretmə sürətini və ya əmtəə ehtiyatlarının satıldığı müddəti vaxtı göstərir. əmtəələrin dövriyyəsinin tezləşdirilməyi kommersiya təşkilatının işinin qiymətləndirilməyinin əsas meyarıdır, çünki əmtəələrin tədavül sahəsində olmağı vaxtının qısaldılmağı deməkdir və deməli pul vəsaitlərinin daha tez dövr etməsi və ticarət proseslərinin yerinə yetirilməyində bunlara olan tələbatının azalmağı deməkdir.

Dövriyyəyə görə gün hesabı ilə mal dövriyyəsi orta əmtəə ehtiyatlarını hər hansı bir dövr üçün ortaqünlüy dövriyyəyə bölməkilə aşağıdakı formula əsasında

hesablanır:

$$Dg = e_{orta} / Md_{0/d}$$

Burda Dg – gün hesabı ilə dövriyyəni (bir dövrün müddətini) ; e_{ort} – müəyyən dövr üçün orta əmtəə ehtiyatlarını $Md_{0/d}$ – h_{min} dövr üçün orta günlük mal dövriyyəsini göstərir.

Ticarət müəssisəsinin fəaliyyətinin son nəticəsi satılmış əmtəə və xidmətlərinin dəyəridir. Buna görə də ticarət müəssisəsinin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi Ümumiləşdirici göstərici ilə ifadə oluna bilər ki, o da satılmış əmtəə və xidmətlərin Dəyərinin bunların satışına sərf olunan xərclərə nisbəti kimi bu formula üzrə hesablanır.

Səmərəlilik = Realizə olunmuş əmtəə (xidmətlərin) dəyəri / Real tədavül Xərcləri
müəssisənin normal fəaliyyəti üçün səmərəliliyinin müəyyən edilməyi və onun
təşkili vacib ehtiyaclardandır.

Kommersiya fəaliyyətinin optimal təşkilinə təsir edən amilləri bilavasitə
öyrənmək onun tərkib elementlərinin iş mexanizminin tam heyətlı işləməyi
baxımındanda zəruridir. Bu amillər sayılmaqla aşağıdakı kimi qruplaşır:

- iqtisadi olaraq
- social olaraq
- demoqrafik olaraq
- coğrafi olaraq
- tarixi
- milli və s.

İqtisadi amillər dedikdə əsasən kommersiya fəaliyyəti həyata keçirilən
ölkənin iqtisadi durumu (1lk növbədə əhalinin alıcılıq qabiliyyəti) nəzərdə tutulur.
Belə ki, əgər ölkədə iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş və ixtisaslaşdırılmış sayılarsa onda
ölkənin əmək haqqı fondu çox olar və əhalinin alıcılıq qabiliyyəti və tələbin maksimum
səviyyədə odənilməsi zərurəti olar.

Nəticədə kommersiya fəaliyyəti təkmil qurula bilər və onun effektivliyi şübhəsiz
artmış olar.

Sosial amillər dedikdə cəmiyyət və onun daxilində gedən proseslərdə nəzərdə
tutulur. Belə ki, əgər o cəmiyyət maarif cəhətdən və kubar inkişaf etmiş
cəmiyyət olarsa bu zaman onlar öz tələblərini daha keyfiyyətli və tanınmış mallara
yönəldəcəkdir. Buradan da, kommersiya fəaliyyətinin səmərəli işləməyi üçün məhsulun
cəmiyyət arasında tanınması zərurəti ortaya çıxır.

Demoqrafik amillər dedikdə əsasən əhalinin sayı, kişilərin, qadınların əhali
Cinsində tərkibi strukturlugu, əhalinin yas həddi bölgüsü, ölüm, doğum v _ s.
nəzərdə tutulur.

Coğrafi amil dedikdə kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirildiyi ölkənin

Fəaliyyətinin həyata keçirildiyi ölkənin yerləşdiyi yer, relyef quruluşu, nəqliyyat, rabitə əlaqələri vəs. nəzərdə tutulur.

Tarixi amil ölkənin illər ərzində ki fəaliyyəti, onun tarixdə qoyduğu izlər və s. nəzərdə tutulur. Milli amillər özünü ölkənin adət ənənələrində, onun mentalıq dərəcəsində, əhalisinin yaşam tərzində və s. göstərir.

Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili üçün aşağıdakı əsas prinsipləri nəzərə almaq lazımdır:

- kommersiyanın marketinqlə ayrılmaz əlaqəsi; Ümumilikdə kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı marketinq yanaşması mütləqdir bu birbaşa onunla əlaqədardır ki iqtisadi subyektlərin tələbatlarının təmin edilməyinə ,formalaşmağına və tədqiqatlara əsaslanırvə buda kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinə təsir göstərir.

- kommersiyanın çevikliyi, onun bazarın daim dəyişən tələbinin nəzərə alınmasına yönəlməyi;Hər bir kommersiya təşkilatı səmərəliliyi təmin etmək üçün mütləq baş verə biləcək dəyşiklikləri və riskləri nəzarətdə saxlamalı alternative yola mənfəəti təmin etməlidir.

- kommersiya riskini əvvəlcədən görməyi bacarmaq;

- prioritetlərin ayrılmağı;

- şəxsi təşəbbüsün baş verməyi;

- alqı-satqı sövdələşməsi üzrə öhdəliklərin yerinə yetirilməsinə görə yüksək məsuliyyət;

- son nəticəyə – mənfəətə nail olmağa yönəlmə.

Müasir təkmil rəqabətə əsaslanan iqtisadi sistemdə təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin səmərəliliyi onların kommersiya fəaliyyətindən aslıdır.

Kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi isə bu işlə məşğul olan kadrların bilik və bacarıqlarından bilavasitə aslıdır.

Azərbaycan müəssisələrinin azad şəkildə xarici bazara çıxdıqları bir şəraitdə birinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb edən məsələ xarici ticarət sovdələşmələrinin səmərəliliyinin müəyyənləşdirilməsidir. Bu ona görə mühüm əhəmiyyət kəsb edir ki, sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdəki rəqiblərinə nisbətən ölkəmizdəki müəssisələrdə əmək məhsuldarlığı

bir neçə dəfə aşağı olmaqla, hər vahid ümumi daxili məhsula çəkilən xərclər orta hesabla 2-3 dəfə artıqdır. Belə olan sərəitdə muəssisə və təşkilatlar xarici bazarda yalnız beynəlxalq marketinq fəaliyyətindən səmərəli istifadə etməklə müvəffəqiyyət əldə edə bilirlər.

Bazar iqtisadiyyatı mərkəzləşdirilmiş planlı təsərrüfata nisbətən beynəlxalq marketinq sahəsində qərar qəbul edən rəhbərlərdən daha yüksək bilik, bacarıq və çevikliyi tələb edir. Belə tələb strateji qərarlar qəbul edən mütəxəssislərə qarşı daha yüksək olur. Çünki xarici bazarın ehtiyacı və tələbatına cavab verən, istehlakçıları özünə cəlb edən, yeni texniki-iqtisadi xüsusiyyətlərə malik, orqinal əmtəələrin istehsalı səmərəli marketinq strategiyasının işlənilməyi və tətbiqini tələb edir ki, bu da başqa şərtlər daxilində həm də beynəlxalq marketinq xidmətinin funksiyasına daxil edilir.

2.3 Kommersiya fəaliyyətinin təşkilində informasiya təminatının rolu.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində informasiya ən dəyərli biznes resursa çevrilmişdir və uğurlu biznes üçün bu vacibdir. Bugün rəqabətqabiliyyətli biznes üçün məhz qeyri-maddi aktivlər vacibdir. Bu aktivlərdən isə informasiya ən dəyərlisidir.

İnformasiyanın əsas rəqabət gücü olması artıq mütləqdir bunun əsas göstəriciləri aşağıdakılardır:

1. Müştərilərin haqqında informasiya.

Bir zamanlar ideal marketinq seqmentasiyası dediydə biz müştəri ehtiyaclarını özündə əks elətdirməyi bacaran qrupları nəzərdə tuturduq. Bugün bu səhnə tam fərqlidir – ideal seqment bir müştəridir. Seqmentasiya fərdi ehtiyaclara doğru addımlar, CRM olmadan biznes aparmaq rəqabətli sektorlar üçün ölümlə nəticələnə bilər. Müştərilər haqqında düzgün olan və ətraflı informasiyaya malik olmaq rəqabət mübarizəsində ən təsirli alətlərin başında dayanır. Brendinqdə fərdiləşmə prosesi isə biznesdə necə rəqabət etmək lazımdır sualının cavabını bizə bildirir. Müştərilər haqqında daha çox informasiyası olan şirkət bazarın lideridir. Butün bu informasiyaların dəqiqliklə və təhrifsiz əldə olunmağı üçün sistemin yaradılmağı və informasiya təminatının ardıcılığını təmin etmək mütləqdir.

1. Təhcizatçıların haqqında informasiya.

Müasir dövrdə elm-texnoloqiya hər saat dəyişir. Yeni-yeni xammal istifadəsi, istehsal metodologiyası, satış sistemi, reklam siyasəti bir sozlə xarici mühit daim dəyişir. Bu isə şirkətlərdən bu haqda dolğun və vaxtında məlumatlı olmalarını tələb edir. Yeniliyi öz sektorunda öncə tətbiqini edən şirkət rəqabət mübarizəsində qalibə çevrilər, bunun üçün isə informasiya olmalıdır.

Informasiya – idarə etmənin ən başlıca xammalıdır. Informasiya, hər hansı bir yolla ölçülə bilən və tərkibində yenilik olan məlumatdır. Informasiyanın toplanmağında, saxlanmağında, araşdırılmağında və verilməyində texniki və rabitə

vasitələrindən istifadə olunduqda, onu kommunikasiya prosesi adlandırırıq. İdarəetmənin beş funksiyasının :

1. planlaşdırmaq,
 2. təşkilini etmək,
 3. motivləşdirmək,
 4. nəzarətişə marketinqinin umumi xüsusiyyətləri də bunlarla bağlıdır. Bu funksiyalar hamısı qərarların qəbul edilməsini tələb edir və hamısına İnformasiya lazımdır ki, düzgün qərarı qəbul etmək üçün ondan istifadə etsinlər və bu qərarı müəssisənin başqa üzvlərinə çatdıra bilsinlər. İdarə etmənin 5 funksiyasının – planlaşdırma, təşkilətmə, motivləşdirmə, nəzarət və marketinqinin ümumi xüsusiyyətləri də bunlarla bağlıdır. Bu funksiyalar hamısı qərarların qəbul edilməyini tələb edir və hamısına informasiya lazımdır ki, düzgün qərar qəbul etmək üçün ondan istifadə etsinlər və bu qərarı müəssisənin başqa üzvlərinə çatdıra bilsinlər. arəetmənin informasiya təminatını ödəmək üçün avtomatlaşdırılmış idarə etmə sistemi və yaxud avtomatlaşdırılmış məlumat sistemi yaradıla bilər. Avtomatlaşdırılmış idarə etmə sistemi müəssisənin, təşkilatın, firmanın idarə edilməyində üzə çıxan məsələləri həll etmək və ya qərar qəbul etmək məqsədi ilə yaradılır. Burada, əsasən texniki vasitələrdən, kompüterlərdən və kadrından istifadə olunur. Belə sistemlərdə adamlar sistemin elementi kimi çıxış edirlər, yəni insanların iştirakı vacibdir. Avtomatlaşdırılmış informasiya sistemlərində informasiyanın toplanmağı, saxlanmağı, işlənməyi və verilməyi ayrı-ayrı sahələr üzrə və yaxud ümumi məqsəddə xidmət üçün yaradıla bilər. İdarə etmədə istifadə olunan məlumatları əsasən aşağıdakı mənbələrdən əldə etmək olar:
- İnformasiya büroları.
 - Mətbuat, kütləvi informasiya vasitələri.
 - Ticarət-sənaye palatası.
 - Statistika komitəsi.
 - Standartlaşdırma və metrologiya komitəsi.
 - İqtisadi İnkişaf Nazirliyi.
 - Banklar.

Hazırkı dövrdə idarə etmə prosesini kommunikasiya və qərar qəbul etmə proseslərindən ayrı təsəvvür etmək qeyri mümkündür.

Kommersiya fəaliyyətinin uğurlu həyata keçirilməyi birbaşa olaraq ticarət müəssisələri tərəfindən əmtəə və xidmətlər bazarındakı informasiyaların daimi düzgün təhlili və uçotunun aparılmağından asılıdır. Buna görə də artıq kommersiya informasiyası qəbul olunmuşdur. Kommersiya informasiyasına aşağıdakı informasiyalar aiddir:

- ✓ Alıcılar və alış motivləri
- ✓ Bazarın əmtəəyə qarşı olan tələbi
- ✓ Bazar konyuktur
- ✓ Konyuktur mühiti
- ✓ Ticarət müəssisənin potensial imkanları və onu rəqabət qabiliyyətliliyi.

Düzgün kommersiya informasiyasını əldə etməyin effektiv üsulu marketinq tədqiqatlarının həyata keçirilməyi ilə mümkündür. Marketinq tədqiqatları nəticəsində informasiyani həm daxili, həm də xarici mənbələrdən almaq mümkündür.

İnformasiya təminatının daxili mənbələr sırasına müəssisənin statistik və mühasibat hesabını bunlarla bərabər kommersiya fəaliyyətinin nəticələrinin operativ uçot məlumatlarını aid etmək olar. Kommersiya informasiyasının xarici mənbələri kimi isə dövlət statistikas, dövrü mətbuat məlumatları, həmçinin xüsusi tədqiqatlar zamanı əldə olunan informasiyalar aiddir. Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı bu informasiyalardan istifadə etməklə əmtəə dövriyyəsinin inkişaf tendensiyasını, əhalinin müvafiq əmtəələrə qarşı tələbin xüsusiyyətlərini aşkar etmək olar. Bütün bunlarla bərabər həmçinin əhalinin sayı, tərkibi ailə vəziyyəti, gəlirləri və s informasiyalarda kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Kommersiya fəaliyyətinə aid olan informasiyaları ayrılıqda nəzərdən keçirək: Alıcılar və alış motivləri haqqında informasiyalar kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı qərarların qəbulu prosesində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Yəni məhz bu informasiyaların təhlili nəticəsində satılmayan əmtəələrin buraxılması riskini azaltmaq, daha təbatlı plan məhsulu istehsal etmək və həmçinin müəssisənin daha möhkəm maliyyə dayanıqlığını

tmin etmək mümkündür. Düzgün informasiya təminatı nəticəsində kommersiya strukturları daha məqsədyonlu fəaliyyət apararaq daha çox məhsulun reallaşdırılmasına nail olurlar və bütün bunların nəticəsində öz fəaliyyətinin iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırır.

Bazarın əmtəyə qarşı tələbatlarını barəsində verilən məlumatlar ticarət müəssisələrinin alıcıya təklif edəcəyi məhsul və xidmətlər üzrə dəqiq seçim etməkləri üçün vacibdir. Əmtəənin rəqabət qabiliyyətliliyi ilə bağlı olan informasiyalarda kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı mühümdür. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili onun qiymət siyasətindəndə asılıdır məhz buna görə də kommersiya bölmələri əmtəələr üzrə qiymətlərin ən layıqlı formasında bunların keyfiyyətini əks etdirdiyi haqqında məlumata sahib olmalıdır.

Bazarın əmtəyə qarşı tələbini öyrənərkən əmtəənin qablaşdırılmasına və reklam tərtibatına xüsusi diqqət yetirilməsi mütləqdir.

Kommersiya xidmətləri idarələri əmtəə haqqındakı informasiyanın genişliyi və çoxtərəfliyini nəzərə alaraq onu öyrənilməsinə və təhlilinə kompleks şəkildə yanaşmalıdır.

İnformasiya kommersiya xidməti bölmələrinə bazarda və onun segmentlərinə tələb və təklifi, bazarın həcm və xarakterini, qiymətlərin səviyyəsini bazar rəqabətlərinin şərtlərini və başqa aspektləri zəruri kommersiya qərarlarının qəbul edilməsi məqsədi ilə tətbiq etməyə imkan verir. Kommersiya fəaliyyətinin təkili zamanı əhəlinin tələbi haqqında informasiya, onun həcmi, qanunauyğunluğunu, inkişaf tendensiyalarını və strukturunu xarakterizə edən

məlumatlardır. Bütün bunlara tələbin dəyişməsi səbəbləri, tələbin formalaşması və inkişaf xüsusiyyətləri haqqında informasiyada daxildir.

Bazar konyukturu haqqında başqa informasiyalarla yanaşı bazarın coğrafi mövqeyi, yerləşdiyi yer, onun sərhədləri və regional müxtəlifliyi, həcmi, quruluşu və əmtəələrlə doyması dərəcəsi, qiymətlərin səviyyəsi və s. haqqındakı informasiyada mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Rəqabət mühiti ilə əlaqədar olan informasiya təminatı kommersiya strukturlarına onların bazarda olan real vəziyyətini obyektiv olaraq qiymətləndirməyə

şərait yaradır, bazarın əmtəələrlə yüksək şəkildə doyması şəraitində rəqabət bazar qiymətlərinin həqiqi dəyər və keyfiyyətlərinə uyğunlaşdırılır. Ticarət müəssisələri kommersiya informasiyasının təhlili əsasında kommersiya qərarları, yəni əmtəələrin alqı-satqısı ilə bağlı idarə etmə qərarları qəbul edir. Komnikasiya prosesində dörd əsas mərhələni fərqləndirmək lazımdır.

- 1: İnformasiyanın toplanmağı, işlənməyi və hazırlanmağı
- 2: İnformasiyanın kodlaşdırılmağı və göndərilməyi
- 3: İnformasiyanın kanalı və ötürmə vasitələri
- 4: İnformasiyanın alınmağı və kodun açılmağı

Kommersiya fəaliyyətində əmtəə təkliflərini, istehsalın həcmi, strukturu və dinamikası, əmtəə ehtiyatları, yeni əmtəələr haqqında informasiyaların köməyi ilə müəyyən etmək olar. Kommersiya bölmələri tələb və təklif haqqında informasiyaları öyrənərkən nəzərə almalıdırlar ki, onların arasındakı uyğunsuzluq əmtəələrin reallaşdırılmasının normal şəraitinin pozulmasına gətirib çıxarır. Tələbin təklifdən üstün olması zamanı təmin olunmamış tələb yaranır, təklifin tələbi həddən artıq üstələməsi zamanı isə artıq əmtəə ehtiyatları toplanır və buda onların saxlanması və reallaşdırılması ilə bağlı xərclərin artmasına gətirib çıxarır. Bütün bunların əsas səbəbi kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı düzgün informasiyanın alınmaması və informasiya qıtlığı ilə əlaqədardır.

Ticarət sahəsi üzrə müəssisələrin kompüterlərlə təminatı və onlardan istifadə						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011

İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə müəssisələrdə mövcud olan kompyuterlərin sayı, vahidlə	50 213	73 130	101 708	115 064	125 805	146 257
ondan əsas iqtisadi fəaliyyət növü üzrə:						
topdan və pərakəndə ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	2 532	2 681	3 385	4 353	4 940	6 9
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə kompyuterlərdən istifadə edən müəssisələrin sayı, vahidlə	4 160	5 103	5 981	6 734	7 143	7 8
ondan əsas iqtisadi fəaliyyət növü üzrə:						
topdan və pərakəndə ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	439	482	604	701	913	915
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə kompyuterlərdən istifadə etmiş işçilərin sayı, nəfərlə	60 210	69 507	102 839	127 014	156 367	165 931
ondan əsas iqtisadi fəaliyyət növü üzrə:						
topdan və pərakəndə ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	2 820	3 041	3 873	5 070	5 686	8 7

**Cədvəl 1 Ticarət sahəsi üzrə müəssisələrin
kompyuterlərlə təminatı və onlardan istifadə**

	2007	2008	2009	2010	2011
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə internetə çıxışı olan müəssisələrin sayı, vahıdlə	968	2 774	3 330	4 069	4 610
ondan əsas iqtisadi fəaliyyət növü üzrə:					
topdan və pərakəndə ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	123	485	605	639	799
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə internetə qoşulmuş kompyuterlərin sayı, vahıdlə	11 616	30 336	35 859	45 875	67 110
ondan əsas iqtisadi fəaliyyət növü üzrə:					
topdan və pərakəndə ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	682	1 987	2 540	3 432	5 410
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə internetdən istifadə etmiş işçilərin sayı, nəfərlə	16 207	34 822	41 293	54 077	73 110
ondan əsas iqtisadi fəaliyyət növü üzrə:					
topdan və pərakəndə ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	635	2 265	2 965	4 037	6 410

Cədvəl 2. Ticarət müəssisələrində İKT ilə təminativə onlardan istifadə

Fəsil 3 Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilinin təkmilləşdirilməsi.

3.1 Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilinin göstəriciləri

İqtisadi təhlil metodlarını ən başlıca xüsusiyyətləri təhlili predmetinin, bu predmetin obyektinin öyrənilməyi üsulunun məcmusula analiz edilir. Hər bir elm kimi iqtisadi təhlil elminin ən başlıca metodu dialektik materialist metod hesab olunur. Dialektika ilə əsaslanaraq iqtisadi təhlillərin əsas prinsipləri prosesləri və hadisələri, təhlillər və sintezlərin, deduksiya həmçinin induksiyanın vahid təşkil etməsi vəziyyətində tədqiqi müəhümdür. Təhlilin aparıldığı vaxt hər bir proseslər, hadisələri, göstəriciləri, əməliyyatları tədqiq olunmuş nəticələri ümumiləşdirmək həmçinin ümumilikdə yekun çıxara biləcək lazımdır. Belə şəraitdə təhlilin induksiya üsulundan istifadə edilir.

Bir çox hallarda proseslər həmçinin hadisənin öyrənilməyinə dialektik baxımından yanaşıldıqda deduksiya tədqiq metodundanda istifadə edilir. Belə olduqda öncə proseslər və hadisələr, göstəricilər həmçinin iqtisadi kateqoriyalar bütünlükdə tədqiq edilir, yekun verilir və dəqiqliklə tədqiq olunmağı üçün 3 cü hissə olan induksiya tədqiq metoduna keçirilir. İqtisadi təhlil metodu anlayışı, müəssisənin, idarələr və təşkilatların Kommersiya maliyyə fəaliyyətini tədqiq etməkbaxımındanona yanasma üsulları anlaşılır. Kommersiya prosesinin yaranmağı və tərəqqisinin tədqiqində iqtisadi təhlillər üsuluna dialektik yanasma vaxtı bu metodun başlıca xüsusiyyətlərinə dərinlən fikir vermək vacibdir. İqtisadi təhlil üsulunun əsas xüsusiyyətlərinə:

Kommersiya fəaliyyətlərini bütünlükdə təzahür elətdirən göstəricilərin sistemindən istifadə olunmağını bu göstəricilərin dəyişməyi səbəbinin öyrənilməyi sosial iqtisadi optimallığın yüksəldilməyi məqsədi ilə bu göstəricilərin arasında olan qarşılıqlı əlaqənin müəyyənəlməsi həmçinin qiymətləndirilməyi aiddir.

İqtisadi təhlil üsulunun əsas tərkib hissələri isə bu metodun usullarıdır. Bu üsullar özündə aşağıda göstərilənləri birləşdirir:

- alınmış məlumatın ilk olaraq işlənməyi buna aiddir yoxlanılmağı, qruplaşdırılmağı, sistəmləşdirilməyi-

- öyrənilən obyektlərin tərəqqi vəziyyətlərinin və qanunuyğunluqların tədqiqi;-

- müəssisələrin Kommersiya fəaliyyətinə təsir edən amilləri təsirinin müəyyənəlməyi-iqtisadi optimallığı artırma bünə istifadə olunmamış mövcud və perspektiv ehtiyatlar və imkanın hesablanmağını;-

- apanlən təhlillərin nəticəsinin ümumiləşdirilməyi və obyektlərin fəaliyyəti mexanizminin ümumi qiymətlərinin verilməyini-

- sosial iqtisadi tərəqqi planının və idarə olunma qərarının vacibliyinin müəyyənəlməsi .

Uçotlar, hesabatlar və başqa məlumat mənbələrində qeyd olunan faktiki göstəricilərin plan göstəriciləri ilə, əvvəlki vaxtların uyğun və normativ göstəricilərlə müqayisəsini etməklə uzaqlaşmaların və bu uzaqlaşmaların təsiri amillərinin təsiri dərəcələrinin tədqiqi iqtisadi təhlillər üsulunun başlıca xüsusiyyətindən biri olmuşdur.

Biznes-

plnlardan, normalar və normativlərindən, əvvəlki illərin faktiki göstəricilərindən kənarlaşmalara təsir edən obyektiv və subyektiv olan səbəblərin tədqiqi müəssisələrin başlıca iqtisadi göstəricilərinə müsbət olan və yaxud mənfi təsirini göstərən amillərin təsnifatının müəyyənəlməyi iqtisadi təhlillər metodunun əsas xüsusiyyətlərindəndir.

Kommersiya fəaliyyətlərinin təhlili metodlarının 3-cü başlıca xüsusiyyətləri subyektdə biznes planın yerinə yetirilməyi proseslərində qazanılan iqtisadi

göstəricilərin vaxt və məkanı etibarilə tədqiq olunmasıdır bu(ay, rub, illər, beşillik, müddət, bəzə,)

Kommersiya fəaliyyətinin təhlil olunması metodlarının 4 üncü həmçinin çox diqqətə edilən əsas olan xüsusiyyətləri müəssisələr həmçinin birliklərin iqtisadiyyatı, təşkili, işçi qüvvəsi ilə təmini, texnikalarla silahlanmağı, istehsalatın texnoloji olan xüsusiyyətinin və həmçinin müəssisələrin istehsal-

Kommersiya fəaliyyətinin təsirlərini kompleks olaraq tədqiq etməkdən həmçinin gələcək dövrdə istehsalatın optimallığının

Kommersiya fəaliyyətinin təhlilələrinin sıralılığı və davamlı aparılmağı bunun metodlarının vacib olan xüsusiyyətindəndir. Bu səbəbdən müəssisələr və birliklərin Kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi təhlilinin aparıldığı ardıcılıq aşağıdakı kimidir (1. Səhifə 448-453)

1. Müəssisələrin istehsal və təsərrüfat maliyyə fəaliyyətləri ilə tanışlığı;
 2. Əmtəə istehsalları vəsaitlərinin təhlil olunması
 3. Müəssisələrin əmək ehtiyatları, əmək vəsaitləri həmçinin əmək əşyaları ilə təmini və bunlardan istifadə olunmasının təhlil edilməsi
 4. Müəssisələrin maddi texniki-iqtisadiyyatlarının təhlil olunması
 5. Məhsulların maya dəyərlərinin xarakterizə edə bilən göstəricilərin, həmçinin istehsalat əmək kimi, material, yanacaq, elektrik enerjisi və başqa xərclərinin təhlili olunması məhsulların
- mayanın dəyərinin hazırlanması ehtiyatlarının ümumiləşdirilməsi;
6. Maliyyə yekunlarının -
gəlir və xərclərini, gəlirin bölüşdürülməyi həmçinin onlardan istifadə edilməyinin, rentabilliyinin təhlil olunması
 7. İqtisadi motivləşdirmə fondlarının yaranması həmçinin bu fondlarda istifadənin təhlil olunması
 8. Maliyyə vəziyyətlərinin, maliyyə nəticələrinin həmçinin maliyyə sabitliyinin təhlil olunması

Beləliklə, subyektlin Kommersiya maliyyə kommersiya fəaliyyətləri iqtisadi proseslərində

axılı ehtiyatlar mənbələrinin aşkarlanması, biznes-planın, sifariş olunanların, məsuliyyətlərin həyata keçirilməsi bununlada əlaqəli olaraq maliyyə yekunlarının obyektiv olaraq qiymətləndirməsi məqsədilə bunların təsərrüfat fəaliyyətlərinin tam, olaraq əlaqəli şəkildə təhlili metodlarının cəmi Kommersiya fəaliyyətləri təhlilinin metodlarını təşkilidir.

İqtisadi təhlillər aparılan zamanında istifadə edilən metodlar aşağıdakı kimi göstərilmişdir.

1. Müqayisə
2. Orta kəmiyyətlər üsulu;
3. Nisbi kəmiyyətlərin üsulu;
4. İndeks üsulu;
5. Zəncirvari yerdəyişmək üsulu;
6. Qruplaşdırmaq üsulu;
7. Balans əlaqələndirmək üsulu;

İqtisadi təhlillərdə çoxlu fərqli metodlardan istifadə edilir. Bu kimi usullar 12 cür qruplaşdırıla bilər : 1-ci olan ənənəvi üsullardır ; 2-ci isə iqtisadi--

riyazi üsullardır .Ənənəvi üsula -

müqayisə yəni qrafik formada , balans formasında , orta və nisbi kəmiyyət üsulu , analitik

qruplaşdırma), determinləşmiş amilli təhlili(zəncirvari yerdəyişmək, indeks üsulu, mutlak fərqlər , nisbi fərqlər , integral üsulu , mütənasib bölgü) bu kimi digərləri aid olunur.

İqtisadi-riyazi metodlara -

sadə riyazi üsul , riyazi analiz klassik olan üsulu , riyazi proqramlaşdırmaq üsulu , iqtisadi kibernetika, evristik metodlar və digərləri.Konkret olaraq iqtisadi proseslər və hadisələrin tədqiqində bütün bu üsulların hansılarının nə cür yerinə yetirilməsinə diqqət yetirilməlidir.

Müqayisə metodu . Müqayisə metodu 1 iqtisadi təhlillərdə proseslər və hadisələrin tədqiqatının bir çox

mərtəbələrində geniş tətbiqini tapır..

Ənənvi üsullar olan müqayisəli təhlililərin məzmunun nəzərimizdən keçərək. Muqayisə demək olarki dərketmənin elmi -

metodoloji metodu hesab olunur. Bu metodu yerinə yetirmək üçün naməlum yeni öyrəniləcək hadisələrin , predmetin , proseslərin məlum olan öncədən öyrənilənlərlə qarşılaşdırılır. Muqayisə üsulu ilə ümumilikdə və xüsusi iqtisadi proseduraların tərəqqi qanunauyğunluqlarını tədqiq edir , Kommersiya fəaliyyətinin ən əsas aşağıda göstərilən situasiyalarda muqayisə olunur :

- biznes-

planların həyata keçirilmə səviyyələrinin müəyyənləşdirmək planları və faktiki göstəriciləri;

-

iqtisadi proseslərin inkişaf tendensiyasını müəyyən etmək üçün cari ilin faktiki göstəricilərini ötən ilin faktiki göstəriciləri ilə;

-

xərclərə qənaət və ehtiyata qənaət oluna biləcək texnologiyaların tətbiqi məqsədi ilə faktiki göstəricilərin normativ göstəriciləri

-

təhlilin aparılmalı olduğu müəssisələrin göstəricilərinin öncül müəssisələrində göstəricilərlə ;

- təhlil aparılmalı olan müəssisələrin göstəricilərinin iqtisadi və riyazi modeli ilə;

-

səmərəli olan variantın müəyyənləşməsi məqsədi ilə idarə olunma qərarının fərqli formaları ilə .

Muqayisə üsulları çox köhnə tarixə malik, çox geniş yayılan , nəyinki iqtisadiyyat elminə, həmçinin digər başqa elmlərin sahələrində də istifadə olunmuş üsullardandır. Amma muqayisə üsulunu istifadə edən vaxt müəyyən şərtlər əməl olunması mütləqdir. Bu şərtlər əməl edilmədikdə düzgün olan yekunə nail olmaq qeyri-mümkündür. Qeyd etdiyimiz şərtlər aşağıda göstərilənlərdən ibarətdir.

- həcmi , dəyəri, keyfiyyəti , quruluş göstəricilərinin eyni olması;
-
- müqayisəyə görə hesablanmış göstəricilərin əhatələnməsi həmçinin, vaxtı eyni olması;
-
- müqayisə olunan obyektin istehsalı istiqamətlərinin, iqtisadi, texniki, təbi, iqlimi digər bu kimi şəraitlərinin nəzərdə saxlanması;
-
- müəyyənləşən göstəricinin həmçinin tərkiblərinin hesablanmağında eynilik olan metodu kasından istifadəsi.

Qeyd etdiyimizdən aydın olurki istehsalda xərclərin azaldılmağında əmtəənin istehsal olunmağı həyata keçirilmiş xidmətlərində həcm səviyyəsinin öyrənilməsində əsas rolə malikdir.

Müqayisə üsullarının köməkliyi ilə tədqiq olunan göstəricilərin seçilməyi vaxtı onların müqayisə olunmağının mümkünlüyünü təmin etmək mütləqdir. Müqayisə oluna bilməyən göstəricilərdəndə istifadə olunmağı lazımlı olduqda öncədən hesablamaların aparılması ilə onların müqayisə oluna biləcək fformalara salınması mütləqdir. Tədqiqatın aparılmağına görə lazım olan biznes planlar , cari dövrün uçotları, hesabatları və normativ göstəricilərinin öncədən müqayisə olunan şəkilə salınması sonradan isə müqayisəsi vacibdir. Nümunə olaraq , ümumilikdə əmtəənin mayadəyərinini göstəricilərinintəhlilinin olunmağına görə hal-

hazırda istehsal olunması əmtəələr biznes planlar maya dəyərinin vasitəsi ilə hesablanır. Sonradan isə ümumilikdə əmtəənin faktikiğ olan maya dəyərinin biznes-planın maya dəyərilə müqayisə etmək ilə maya dəyərininbiznes planından kənarlaşması müəyyən olunur.

Müqayisəoluna bilməyən göstəricilərin müqayisəsi isə müqayisəyə gələnən şəkilə salınmağına görə müəyyən vaxtlarda mutləq olan kəmiyyətlərin əvəzində orta yaxud nisbi olan kəmiyyətlərin dən istifadə olunur.

Kommersiya fəaliyyətininnin təhlilinin fərqli proseslər və hadisələrin həmçinin bunların müəssislərinin istehsalı fəaliyyətində təsirini dahada dəqiqləşdirmək və qiymətləndiril

məsinə görə hesabat ilinin faktiki olan göstəriciləri əvvəlki dövrün göstəricilərlə daha yaxşı işləyən, eyni çeşidlərdə əmtəə istehsal edən və uyğun istehsal şəraitində malik olan müəssisənin göstəricilərlə müqayisə olunur. Bu üsullar ilə aparılmış təhlillər nəticəsində öncül müəssisənin təcrübəsindən daha geniş istifadə olunur. Bu cür təcrübələrin geniş əhatədə yayılmağı, is şəraitində istehsal istiqamətləri eyni olan bütün müəssisələridə tətbiq olunması və bunların işinin xarakterizə edilməsi vacib iqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılmasına görə ardıcıl şəkildə təkliflərinin hazırlanması və həyata keçirilməyi təmin olunmalıdır.

Təcrübələrdən aydın olurki, təhlilin aparıldığı zamanlarda müqayisə üsulu ilə tədqiq olunan iqtisadi göstəricilərində sayı nə qədər artıq olursa, istifadə olunmuş ehtiyatların mənbələrinin dəqiqliklə müəyyən olunmağı, dəqiq nəticə çıxarılmasına görə, ixtisaslı təcrübənin daha mətərəqqi olan üsulların geniş yayılmağı üçün təkliflər hazırlaması imkanlarını artırır.

İqtisadi -- riyazi üsullar. Elmi-

texniki inkişafın çağdaş mətərəqqi tempinin riyaziyyatın iqtisadiyyata tətbiqinin genişləndirilməsi kimi, iqtisadi təhlililərin bütün metodları və üsulları üzrə görülmüş tədqiqat işlərində riyazi metodlara əsaslanırlar.

Riyazi üsullarından ən geniş istifadə olunmuş iqtisadi təhlililərin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətlərindəndir. Onun tətbiqi müəssisələr və müəssisələrin ayrı-ayrılıqda olan bölmələrinin fəaliyyətində təhlililərin faydalı olmağını yüksəldir. Bunlara təhlillərin aparılması vaxtının ixtisar olunması Kommersiya fəaliyyətinin nəticəsinə təsir göstərəcək amillərin daha dəqiq əhatələnməsi, təxmini, və ya sadələşdirilən hesablaşmalar dəqiq hesablaşmalarla əvəzlənməsi, təcrübə olaraq elmi, və ya təhlililərin ənənəvi olan metodu ilə həyata keçirilməyi qeyri-

mümkün olan yeni çox mətərəfli məsələlərinin təşkili məmçinin həlli hesabına təmin olunur.

Müəssisələrin Kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi təhlilində riyazi metodlarının tətbiq olunması aşağıdakıların tətbiqini vacib edir:

1. Müəssisələrin iqtisadiyyatının tədqiqinə sistemli olaraq yanaşılmağını, müəssisələrin

fəaliyyətlərinin fəqli tərəflərinin arasındakı mövcud olan qarşılıqlı əlaqələrin hesabatını , və bu cür şəraitdə təhlilin özü kibernetik mənasında sistem elementini alır;

2. İqtisadi təhlillərin köməkliyi ilə həll olunan, iqtisadi proseslər həmçinin hadisələrində kəmiyyətlərinin vüsusi xarakteristikalarını əksəltirən iqtisadi riyazi modellərin kompleksində işlənməsini;

3. Müəssisələrin işinə aid olan iqtisadi məlumat sistemlərinin təkmilləşdirilməsi;

4. İqtisadi təhlillərin aparılmağı məqsədilə iqtisadi məlumatların saxlanmağını,

işlənməsini və ötürülməsinin yerinə yetirilməyi üçün texniki vəsaitlərinin (EH M lərin) mövcudluğunu;

5. Təhlilçilər, iqtisadçılar, iqtisadi riyazi modelləşdirmə üzrə olan mütəxəssislər, hesablayıcı riyaziyyatçılar, proqramlaşdırıcılar operatorlar dan və digərlərindən ibarət olan xüsusi analitiklər kollektiv təşkilini və s.

İqtisadi təhlillər böyük mənada tək olaraq stoxastik amilli təhlilində deyil, həmçinin hər bir şeydən öncə amilli təhlili olub. Amilli təhlildə öyrənilən obyekt olaraq istifadə edilən iqtisadi göstəricilərin nəticələrinin göstəriciləri adlanır. Nəticə göstəriciləri isə məsələ olan göstəricilər, yeni bunun hərəkətilərini təyin edə bilən göstəricilər amillər göstəriciləridə adlandırılır. İqtisadi təhlil ilk öncə amillər təhlilidir.

Amilli iqtisadi təhlil dedikdə isə ilk amillər sistemindən tədricən son amillər sisteminə keçilməsi, yekun göstəricilərin dəyişməyinə təsir edə bilən kəmiyyətinə görə ölçülən, bir başa amillərin bütöv komplektinin açılması kimi nəzərdə tutulur.

Birbaşa amilli təhlilləri aşağıdakılar kimi hissələrə ayırırlar :

- determinləşdirilmiş olan amilli təhlil;
- qeyri /amilli təhlil (sintez);
- stoxastik təhlil;
- bir pilləli təhlil;
- zəncirvari yerdəyişmə təhlil;
- statistik məkan amilli təhlil;
- dinamik təhlil;

- məkan amilli təhlil;
- muvəqqəti təhlili;
- cari iqtisadi təhlili;
- operativ təhlili;
- perspektiv iqtisadi təhlili

Birbasa amili təhlilin aparılmasında müddətində yekun göstəricilərin, və ya prosesin dəyişməsinə təsir edə biləcək fərqli amillər aydın yekun göstəriciləri və müəyyən amillər kompleksləri arasında determinləşdirilmiş (funksional) və ya stoxastik asılılığı formalarını təyin edir və nəhayət ki iqtisadi yekun göstəricilərin dəyişməsində fərqli amillərinə rolu aydınlaşdırılır.

Ümumilikdə isə bir qayda olaraqda göstəricilərin arasında olan əlaqələrində asılılığına görə determinləşdirilmiş və stoxastik amilli təhlillərdə bir-birilərdən fərqləndirilir.

Determinləşdirilmiş olan funksional əlaqələr deyildikdə-

müəyyən qeyri təsadufi yekun əlamətlərinin mahiyyətinin amillərinin əlamətlərinin mahiyyəti ilə bütövlükdə uyğun gəlməyi nəzərdə tutulur.

Stoxastik əlaqələr bir çox yekun əlamətlərinin məzmununun amilinin əlamətlərinin mahiyyəti ilə uyğunluğudur. Bütün bunlara görə iqtisadi təhlililərin üsulları və qaydaları determinləşdirilmiş amilli təhlillər üsuluna və stoxastik amilli təhlillər metodlarına ayrılırlar. Amilli təhlillər metodunun amilləri və yekun göstəricilərinin arasında olan əlaqə formalarında uyğun şəkildə aşağıdakılar kimi qruplaşdırmaq mümkündür.

Amilli təhlillər üsulu həm determinləşdirilmiş amilli təhlillər metodunu həmçinin də stoxastik amilli təhlillər metodunu əhatələyir. Determinləşdirilmiş amilli təhlillər metoduna

- zəncirvari yerdəyişmə; mutləq və nisbi fərqlər üsulu; yerləşdirilməmiş qalıqların adı üstəgəlinməyi; nəticə müxtəlifliklərinin müəyyən olunması loqarifmik; integral, indeks və işguzar iştirak üsulu aid edilir.

Stoxastik amilli təhlillər üsuluna -

korrelyasiya; dispersiya; çox ölçülü amilli təhlillər və klastır təhlilləri aid olunur. Fər

qli olaraq qruplar üçün sadəcə olaraq üsullarının sadalanmağı göstərir ki, bunların hamısı muxtəlif dərəcədə murəkkəb olan riyazi aparatların tətbiqini tələb olunur.

Analitik metodların tətbiqi instrumentlərin murəkkəbliyindəndə asılıdır və sadə riyazi və ali riyazi metodlarınada bölünür.

Adi riyazi metodlarisə ehtiyatlara tələbatın əsaslandırılmağı, istehsalda xərclər, biznes-planların işlənməyində, lahiyələrin hazırlanmağında, balans hesabatlarında və həmçinin hesablanmağında istifadə olunur.

Klasik ali riyazi metodlarının mustəqil şəkildə verilməyi bunun öyrənilmə işlərindəndə riyazi statistik və riyazi metodlarla bir yerdə tətbiq olunmağından əlavəisə həm də ayrılıqda istifadə olinmasından irəli gelir. Bütün bunlardan aydın olurki bırıcox iqtisadi göstəricilərin səviyyəsinin dəyişməyinin amilli təhlililərinin müxtəlifləşmə və integrallaşmanın köməkliyini ilədə yerinə yetirmək olur.

Səmərəlilik baxımından bütövlükdə iqtisadi riyazi metodlar 2 qrupa bölünür–

səmərəliləşdirilmiş yaxudsəmərələləşdirilməmiş qrupla bölürlər. Əgərki tətbiq olunan üsullar nəzərdə tutulan səmərəlilik meyarlarını müəyyən olunmağına imkan yaradırsa həmin səmərəliləşdirilmiş metod qruplarına müvafiqdir. Axtarılan səmərəlilik meyarları tətbiq olunduğu sərində yerinə yetirildikdə bu metodlar optimallasdırılmış metodlar adlandırılır,

Bildiyimiz bütün bu üsulların çox cəhətliliyi tədqiqatçılara tədqiqatların fərqli olan novlərinin seçilməsinə geniş imkanlar yaradır. Təhlilin məqsədindəndə asılı olaraq tədqiqatçıları, başqa üsulları və metodları tətbiq etmək ilə özlərinin məqsədlərinə çatmaqla bilirlər. Aydın olduğu kimi iqtisadi təhlillərdə riyazi metodlar kimi determinləşdirilmiş və stoxastik metodlarından da geniş istifadə olunur.

Məhdudiyyət şərtləri və məqsəd funksiyalarının parametrlərini tamliqlə, düzgün kəmiyyətli ifadə olunmuş modellərə determinləşdirilmiş model deyilir.

Məhdudiyyət şərtləri yaxud məqsəd funksiyalı ehtimal xarakterli daşıyan modele stoxostik model deyilir.

Birbaşa, determinləşdirilmiş amilli təhlillərlə aşağıdakılar nümunə ola bilər:

1. Əməyin məhsuldarlığı və işçilərin sayılarının məhsul istehsalının həcminə təsirinin təhlili. Bu vaxt funksional əlaqə formaları olur. Burada Y -- məhsulların həcmi; Z ., X . --amillərini göstərir.

2. Mənfətin həcmi, əsas istehsal fondları və dövriyyə vəsaitlərinin dəyərinin rentabelliyi səviyyəsinə təsirinin təhlili. Burada funksional əlaqə formaları olur.

Bu formulda Y .-

rentabelliğin səviyyəsini, Z .və R .müvafiq olan amilləri göstərir. Bir başa determinləşdirilmiş amillərin təhlilləri Kommersiya fəaliyyətinin təhlilində daha geniş şəkillərdə istifadə edilir.(7 .səhifə)

İndi də bərabər stoxastik amillərin təhlilləri zamanı məsələnin qoyuluşunun xüsusiyyətlərini nəzərdən keçirək. Əgər bir başa determinləşdirilmiş amillərin təhlilində təhlillər üçün ilk məlumatların konkret sayda verilsə, bir başa stoxastik amillərin təhlilləri zamanında isə bunlar seçmə yollarla verilir. Stoxastik amillərin təhlilləri vaxtı məsələnin həlli aşağıdakıları tələb edə bilər:

1. Nəticə göstəricilərinə təsir göstərən əsas amillərin aşkar olunması üçün dərin iqtisadi tədqiqatların aparılmasını;
2. Tədqiq olunan göstəricilərin amillərlə komplekslə haqiqi əlaqələrini daha dəqiq əks etdirən regressiya növünün seçilməsinə;
3. bütün amillərin nəticə göstəricilərinə təsirini müəyyən edilməsinə imkan verən metodların işlənilməsinə.

milyon ABŞ dolları

Ölkələr	2009	2010	2011	2012	2013	2014
MDB						
Azərbaycan	12 883	14 301	16 522	20 108	22 351	25 052
Ermənistan	3 641	3 055	3 202	3 589	3 542	3 668
Belarus	22 424	18 561	21 667	20 140	24 172	29 875
Qazaxıstan	20 306	17 298	21 692	26 366	30 633	35 983
Qırğızıstan	3 207	2 871	2 813	3 645	4 085	4 625
Moldova	3 338	2 892	3 127	2 739	2 783	3 127
Rusiya	561 262	460 367	543 875	650 924	688 592	744 372
Tacikistan	1 285	1 263	1 370	1 612	1 892	2 374
Türkmənistan	...	...	...	...	...	...
Özbəkistan	9 611	11 250	13 783	16 636	19 551	22 443
Ukrayna	86 566	57 021	68 246	86 077	101 619	110 622

CƏDVƏL
3Pərakəndə
ticarət

3.2 Kommersiya fəaliyyətinin yeniliklərin tətbiqi ilə təkmilləşdirilməsi.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinə yeniliklərin tətbiqi bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi zamanı səmərəliliyin artırılmasına və kommersiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə müsbət təsir edir. Kommersiya fəaliyyətinə yeniliklərin tətbiqi yeni texnika və texnologiyadan geniş istifadə olunmasına əsaslanır.

Kommersiya fəaliyyətinə tətbiq olunan yeniliklərdən biri elektron kommersiyadır.

Elektron kommersiya –

müəssisələrin, təşkilatların və fərdi şəxslərin arasında olan münasibətlərin bir forması olmaqla

yanaşı, burada məhsulların göndərilməyi üzrə təsərrüfat əlaqələrini tərəflər arasında sərbəst olaraq elektron şəbəkələrin köməyi ilə formalaşdırılır. (1.səhifə 86)

Elektron kommersiyanın bazara girişini təmin edən İnternet şəbəkəsi komputer hipermediya mühiti ilə sərtlənən ilk satışı əks etdirir ki, bu şəbəkə kommersiya və reklam fəaliyyəti üçün unikal imkanları yaradaraq həmçinin 2 əsas olan elementin mövcudluğu ilə çıxış edir.

Birinci olaraq internet – kommunikasiyanın yeni vasitəsidir və o, «bir çox şeylərin – çoxlu adamlara» kommunikasiya modeli ilə təqdim olunmuşdur. Ondan

elavə, infarmasiyanın təqdim olunmasının hipermediya vasitəsi ilə ənənəvi

infarmasiya vasitələrindən özünün interaktiv təbiəti, yüksək çevikliliyi və miqyaslılığı ilə fərqlənir.

İkincisi olaraq, e-net – qloballaşan virtual elektiron bazarda olmaq ilə heç bir sahə və ya zaman ilə şərtləşən məhdudiyyətə malik olmayıb və bu

məhsulları vasitəçiləri firmanın köməkliyi olmadan satışa imkan verir.

Şəbəkə vasitəsiylə həyata keçirilən kommersiya fəaliyyəti, ilk növbədə, aşağıdakı məqsədlər həyata keçirir:

firmanın və yaxud məhsulun (xidmətin) əlverişli imicini yaratmaq; istifadəçinin firma və yaxud məhsul barəsində infarmasiyaya malik olmasına şəraitin yaradılması;

‖ bütün lazımi imkanlardan: qrafikadan, səsdən, animasiyadan, videotesvirdən və daha çox digər vasitələrdən istifadə etməklə mal haqında tam məlumatın verilməyi;

‖ bazarda olan vəziyyətə dəqiq qaydada münasibət göstərilməyi:

prəyst-verəqlərdə olan göstəricilərin təzələnməsi, firma və ya da şirkətin mələri barədə məlumatların, qarşılıqlı əlaqənin vaxtında dəqiqləşdirilməsi;

‖ məhsulun internet vasitəsilə satışı – bırı virtual nümayəndəlik yeni ticarət nöqtələrinin açılmamağına imkan verəcəkdir, yəni korporativ xərcəri azaldaraq və gəlirləri artıracaqdır.

‖ İnternet-kommersiya bazarın müxtəlif çeşidliyini: daşınmaz əmlakdan tutmuş qiymətli kağızlar bazarınadək olan mühiti əhatə edir.

Elektiron kommersiyya həm də regionlarda, sahələr arasındakı kommersiya həmçinin regionlarda, sahələr arasında kommersiya əlaqələri sisteminədə təsirini göstərir, məhsulların ölkələr üzrə yerlərinin dəyişilməyi yollarını müəyyən edir ki, bunların da yekununda əməyin ərazilər üzrə bölgüsü təkmilləşdirilərək, regionların tərəqqisində mütənasiblik yaranır.

Qloballaşan elektron kommersiyyanın ən başlıca vəzifələrinə aşağıdakılar aid olunur:

- ✓ istehsal-texniki təyinatlı əmtəələrə həmçinin xalq istehlaki məhsullarına olan tələbatın, təkliflərin həmçinin bazarların marketinq tədqiqi;
- ✓ məhsulların istehlakçılar üçün lazımlı olan çeşidlərdə, kəmiyyətdə və yüksək keyfiyyətli istehsalının olunmağı;
- ✓ vasitəçilərin, pərakəndə ticarət müəssisələrinin, istehlakçıların bol çeşidli məhsullar ilə zamanında, dolğun həmçinin fasiləsiz təchiz olunmağı;

- ✓ məhsul göndərişlərinin planlara uyğunluğunun və ahəngdarlığının təmin edilməyi əsasında məhsul ehtiyatının saxlanılmasının təşkil olunması;
- ✓ məhsul göndərənlər ilə, vasitəçilərin, istehlakçıların arasında olan bütövlükdə qarşılıqlı əlaqələr sisteminin nizamlanmasının iqtisadi üsullarının əhatəli tətbiqi;
- ✓ ənənəvi ticarət münasibətlərinin formaları zamanında məhsulların istehsalçılardan istehlakçılara istiqamətlənən hərəkətilə əlaqələndirilən cəmi xərclərin aşağıya salınması.

Elektron kommersiyya mərhələlərinin başladığı 1960-cı ildən hesablanır ki, həmin vaxtda American Airlines və IBM şirkətlərinin aviareyslər ilə biletlərinin əvvəlcədən ehtiyat saxlanılıbmış yerləşdirilməyinin avtomatlaşdırılmış sistemlərinin yaradılmasına başlamışdılar. (8 səhifə 5- 8)

Elektron kommersiyya bir çox üstünlüklərə malikdir ki, bunlarda respublikanın iqtisadi tərəqqisinin reallığa uyğun mənzərəsi ilə həmahənglik olaraq daxildir.

Elektron kommersiyyanın istifadə olunması:

- ✓ məlumatın alınmasında (xüsusi ilə beynəlxalq əməliyyatların yerinə yetirilməyi zamanında) effektivliyi yüksəldir;
- ✓ məhsulun planlaşdırılmasından və sifariş olunmasından həmçinin satışı olana qədər dövrülük azalır, buna səbəb əldə edilən sənədlərin hər dəfə daxil edilməyinə ehtiyac olmur, həmçinin bunların daxil olunduğu vaxtda səhvlərin yaranması ehtimalı da xeyli az olur;
- ✓ daha ucuz olan kommunikasiya vasitələrindən istifadə olunması hesabına məlumat mübadiləsi ilə əlaqəli olan xərcləri əhəmiyyətli dərəcədə azalır;
- ✓ Şirkətlərin müştərinə münasibətdə daha da açıq olmasına şərait yaradır;
- ✓ Əməkdaşları həmçinin müştəriləri mallar və xidmətləri haqqında daha tez bir zamanda və asanlıqla informasiya ötürməyə şərait yaradır;

✓ alternativ ticarət kanallarının (misal olaraq, korporativ saytlardan istifadə olunması ilə elektron mağazalar vasitəsi ilə həmçinin potensial müştərilərlə daxil olan məhsullar barəsində məlumatları məqsədli şəkildə ötürülməyi) yaradılmasına şərait yaradır.

Ticarətdə çağdaş internet-texnologiyalarının tətbiq olunması veb saytların və ya sifarişlərin verilməsi imkanları olan elektron kataloqların yaradılması ilə

məhdudlaşmır, texnologiyaların və toplanmış təcrübənin işgüzar əməliyyatlarının aparılması üsullarının internet yaxud əlaqədar olan şəbəkəli komputer texnologiyalarının vasitəsi ilə dərinlən olaraq tətbiq qurulmasında istifadə olunmasını təmin edir.

Biznesdə müasir internet-texnologiyaların tətbiqi veb saytların həmçinin sifarişlərin verilməsi, elektron kataloqların yaradılması ilə

məhdudlaşmır, texnologiyaların və toplanmış təcrübənin işgüzar əməliyyatlarının aparılması üsullarının internet yaxud əlaqədar olan şəbəkəli komputer texnologiyalarının vasitəsi ilə dərinlən tətbiq qurulmasında istifadə olunmasını təmin edir.

Online biznesi texnologiyaların tətbiqi ilə, ilk növbədə, tərəqqi etmiş regional tərəfmüqabil şəbəkəsilərinə malik şirkətlərin özü üçün gərəklidir, buna səbəb onlar sifarişlərinin emal olunmasının qiymətini əhəmiyyətli dərəcədə aşağı düşməsinə şərait yaradır. İnformasiya xidmətlərinə yönəldilmiş olan bazar sahələrinin sürət ilə artması ilə məlumatın ödənisli formada təqdim olunmasına istiqamətlən servis xidmətlərinin sayda çoxalır. Elektron ticarət özünün nüfuz əhatəsinə görə dahada çoxlu sayda satıcı və alıcıların diqqətini çəkir.

Müasir İKT-a əsaslanmış Elektron-kommersiyaın başlıca xüsusiyyətləri alıcılar ilə satıcılar arasında olan əlaqələrinin məhz Internet vasitəsi ilə yerinə yetirilməsidir. Internet iqtisadi mühitdə yaranan problemlərin həll olunmasında müasir variantları da

təklif edir. Təsadüf deyildir ki, Elektrony-kommersiya sistemlərinin e-netdən istifadəsinə görə də təsnifatında xeyli sayda variantlar mövcud olur.

1. Korporativ saytlar. Pərakəndə sferadan məhsulların həmçinin xidmətlərinin satışının təmin olunağına görə təyin edilmişdir. Qiymətləri, xidmətlər, çeşidləri, satışdan sonra olan xidmətləri, ödənişi, satış şərtlərini və kompaniyalar barəsində fərqli məlumatları təqdim etməsinə, baxmayaraq lakin satışını həyata keçirtmir.

2. Veb-vitrin yəni elektron köşk. Bilavasitə olaraq alıcıların aktlarının məhdud imkanlar ilə olsa da, həyata keçirilməyini təmin edir. Satışdan sonar olan xidməti funksiyalarınsa həyata keçirmir, əsas qayda kimi elektron ödəniş vasitələrindəndə yararlanmır, məhdud sayda çeşidli olur, tək müəssisə nəzdində fəaliyyət göstərir, yaxud bütövlükdə auditoriyanı cəlb edir.

3. Elektron-online magazin (Kompaniyalar, məhsullar həmçinin yerinə yetirilən xidmətləri barəsində məlumat verməkilə, həmçinin satışın həyata keçirilməsindən sonrada xidmətlərini təmin edən, satış aktlarını yerinə yetirməyə şərait yaradır. B 2C-nin Internet veb-fazasında həyata keçirilməyinin çox yayılan forması olmuş, az sayda olan əmtəə növlərinin yaxud hər hansı bir kompaniyanın növlərinin satışını yerinə yetirir.

4. Elektron universmaq- fərqli məhsulları bazarları digər kompaniyalarının daha çox növlərini təklif edə bilər. Müştərilərin diqqətini çəkmək üçün məlumatlarla təmin edə bilməyin hər bir üsullarından istifadə olunur, müştərilərlə uzunmüddətli əməkdaşlığı təmin edir.

5. Məlumat saytları -kontent layihələr, istehlakçılar ensklopediyaları. Fərqli olan kompaniyalar, ticarət şərtləri, qiymətlərin səviyyəsi, satılmış məhsulların keyfiyyətləri, fərqli olan müqayisəli xüsusiyyətləri, kompaniyaların vebresurslarına giriş barəsində məlumat verirlər.

6. Elektron biznes portalları yaxud ticarət sistemləri. Ayrı-ayrı vebresurs kimi mövcud olur, fərqli kompaniyaların mallarının müxtəlif növlərini, bunlar

barəsində məlumatları təqdim edirlər, uzunmüddətli dövrdə məhsulların hərəkətində çoxlu təşkilatların kommersiya fəaliyyətinin həmçinin iştirakı ilə birbaşa təskili üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bir çox hallarda kommersiya fəaliyyətilə əlaqələri olmayan müxtəlif sahələrdə geniş xidmətləri sahəsi ilə fərqlənir, satış aktının zamani formasında çıxış edir, çox saylı istifadəçilərin auditoriyasına malik olurlar.

7. Elektron auksionlar. öz funksiyalarına uyğun olaraq ticarət meydançalarına xeyli oxşardır, lakin burada fəaliyyət, mühüm qayda kimi tez satılmağı lazımlı olan məhsulların böyük olan tədavüllər ilə həyata keçirilir.

8. Inteqrallaşmış proqramlar kompleksləri. Kompaniyalara proqram komplekslərinin biznes tranzaksiyanın inteqrallaşmış sistemlərinə tətbiq olunmağa, həm də hazırlanan proqram əmtəələrindən satış proseslərinin (*elektron poçtlar, vebbrowser, online elanları sistemləri.*) strukturlarında istifadə olunmağa şərait yaradır.

Elektron-kommersiya sisteminin təşkil olunmağında xeyli variantlarının üstünlüklərini və qüsurlarında, həmçinin təşkilati xərclərini nəzərdə saxlamaq vacibdir.

İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının sürətli tərəqqisi e-kommersiya sisteminə müasir təşkilati-texnoloji modellərinin yaranmağına şərait yaratmışdır.

Ekommersiya sistemlərinin təşkilati-iqtisadi modelərində aşağıdakılar başlıca funksional elementlərinin olmağına fikir verməlidirlər:

- 1) Cəlbənlənmə sistemi;
- 2) Sifarişlər sistemi;
- 3) Ödəniş sistemi;
- 4) Çatdırmağı sistemi;
- 5) Məlumat xidməti.

Qeyd etmək lazımdır ki, şəbəkələnin bütün istifadəçiləri arasındakı online qarşılıqlı əlaqənin təminində başlıca texniki vasitələr saytlardır. Ekommersiya fəaliyyətinin təşkil olunmasında sayt texnologiyalarının aşağıda göstərilən müsbətlərini vurğulamaq lazımdır:

- ❖ böyük alıcı auditoriyasına satışlarının təmin olunması;
- ❖ verilənlərin hazırlanmasının yüksək sürətilə olması;
- ❖ istənilən növdə məlumatların verilməsi (mətn formasında, qrafik formada, səsli);
- ❖ alıcılar və yerləşdiyi saytlar barəsində məlumat toplanması;
- ❖ fərqli avtomatlaşdırılmış sistemlər ilə satışların təminatı ilə sistemlərinin inteqrasiya olunması.

Saytların texnologiyasının köməkliyi ilə şirkətlərin əsas *kompleks məsələlərinin* - alıcı potensialının cəlb olunması, müştərilərin və əməkdaşların məlumatlandırılması, marketing tədqiqatlarının aparılması, Public Relathion, şirkətlərin daxilində kommunikasiya məsələləri, imicinin dəstəklənməsi və tərəqqisi, habelə xeyli başqa məsələləridə optimal üsullarla həll olunması mümkündür. Kommersiya saytları əmtəələrin hərəkəti proseslərini, malların və ya xidmətlərinin satışları proseslərini ir sistem kimi birləşdirməyə şərait yaradır, həmçinin sayt kompaniyanın, ofisin nümayəndəliyinə xidmət göstərə bilər. Bunun üçündə texnologiya şirkətinin başlıca məqsədlərinin şəbəkələrdə yerinə yetirilməsi üçün çox optimal vasitəsidir. Internet-magazinlərin bir çoxunun təşkili üçündə saytlar texnoloji cəhətdən ən çox yayılmış səmərəli formasıdır.

Kommersiya veb saytı istənilən kompaniyaların çox ucuz ucuz və böyük olmaq ilə ən optimal “müştərilərlə iş ofisi” olur, yəni , o “ofis” nəzəri baxımından istənilən qədər potensial müştəriləri qəbul edə bilər, bunların şirkətin xidmətindən istifadə etmək şəraitini və bütün lazım olan məlumatlar ilə təminatını yerinə yetirər. Təcrübi cəhətdən pərakəndə kommersiya fəaliyyətilə məşğul olan şirkətlərin bütövlükdə fəaliyyəti sferaları Internet virtual fazasında yerinə yetirilə bilər . Hal hazırda ümumilikdə

mövcud olan texnoloji imkanlarından istifadə kompaniyalara məhsulların həmçinin xidmətlərinin alıcılara bütün lazımlı vasitələr ilə satış proseslərini əsas mənasın da təmin etməyinə şərait yaradır.

E-mağazalar vebresursların təşkilati-iqtisadi modellərinin geniş istifadə edilən formalarındandır. O, satış prosesinin həyata keçirilməyinə görə vacib olan hər bir vasitələrini reallaşdırır.

Kommersiya vebresursuna daxil edilmiş potensial alıcıların axını hesabına satışların həcmi artırmaq həmçinin yekunda mənfəətin artmağını reallaşdırmaq mühümdür.

Elektron-komersiya sistemlərinin tətbiqinin xarici həmçinin dövlət təcrübəsində də çıxış edən Elektron komersiyayı alıcıların cəlb edilmələrinə uyğun olaraqda təsnifləşdirmək olar.

E - komersiya sistemlərində istehlakçıların klasifikasiyası. İstehlakçıların özlərini aparmaqlarına uyğun olaraqda iki başlıca növə bölürlər:

(1) – *Alış-veriş etmə niyyəti ilə Internet-magazinə daxil olanları;*

(2) – *alış-veriş etmə niyyətləri oolmayaraqİInternet-magazinə daxil olanlara.*

Alış-veriş edən ziyarətçilərə uyğun cəlbəedici amilləri və hərəkətləri, əsasında alıcıları aşağıda göstərilən qaydalarada təsnifləşdirmək olur:

✓ “Alış-veriş eləməyi xoşlayanlar”

Cəlb edici amilləri: ucuz qiymət, ödənişsiz olaraq çatdırılma, güzəştlər, hədiyyələri və s..

✓ “Həyat tərziini rahatlaşdırmaq prinsiplərinə görə davrananlar”

Cəlb edici göstəriciləri: zaman qənaət, vaxtında çatdırılmaq, məhsullarının bir məkandan alınmağına imkan vardır.

✓ “Müqayisə olunmağa meyllilərə”

Cəlb edici göstəriciləri:məhsul barəsində dəqiq məlumat, yetərli qədər geniş çeşidlər, mağazınlərlə əks əlaqəsi.

✓ Maraqlarla bağlı olaraq davrananlar

Cəlb edici göstəriciləri: alış-verişin təzə usuluna marağ, məhsulun fərqliliyi,ödəmə yaxud çatdırılma formaları,başqa Internet-mağazasını yoxlamaq marağı.

3.3 Müasir dövrdə Azərbaycanda kommersiya fəaliyyətinin təşkili və təkmilləşdirilməsi.

Komersiya fəaliyyəti ölkələr üçün çox vacib və mürəkkəb bir sistem olduğuna görə onun təşkili, tənzimlənməyi, tələbin və təkliflərinin, həmçinin qiymətlərin müəyyən olunması onun yalnız sahibkarlar tərəfindən deyildə həm də ölkə tənzimlənməyidə mutləqdir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya fəaliyyətində intensivliyin dahada yüksəldilməyi və onunla bərabər olaraq rəqabət mühütünün gücləndirilməyi üçün respublikada bir çox qayda və qanunlar ilə kommersiya fəaliyyətini tənzimləyir.

Ölkəmizdə komersiya fəaliyyətinin tənzimlənməyi həmçinin fəaliyyət hüquqlarının təsbit olunması ilə əlaqəli qanunları mövcuddur və icrasındahəmin qanunlara riayət olunmasına nəzarət müvafiq dövlət qurumları tərəfindən yerinə yetirilir. Həmin bu qanunlara *"Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununu*, *"Kommersiya sirri haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununu*, *Azərbaycanda komersiya və depozit bankların fəaliyyəti hal hazırda qüvvədə olan 14 iyul 1994 –cı il tarixli "Azərbaycan Respublikasında banklar və bank fəaliyyətləri haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununun* göstərmək olar.

"Kommersiya sirri haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu:

Azərbaycan qanunvericiliyində "kommersiya siri" anlayışına ilk dəfə 1992-ci ildə müəssisələr və sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında qəbul olunmuş qanunda rast gəlinirdi. (4.səhifə 378-391)

Kommersiya sirrinə aid olunan informasiyalar aşağıdakı formalardatəsnifləşdirilir və onların müdafiəsi tələb edilir.

1.İşgüzar informasiya: Maliyyə məlumatları, məhsul xidmətlərinin dəyəri, texnologiyası, işgüzar planlar, marketinq haqqında, razılaşmaları, təkliflər, kvotalar və s

2.Texniki informasiya: Elmi tədqiqat layihələri, məlumat prosesi,

EHMLər-inproqram təminatı, patent üçün verilmiş ərizələr, dizayn və digərləri.

3. Kommersiyya sirri — hüquqi və fiziki şəxslərin istehsalı, texnoloji, idarə etmə, maliyyə və digər fəaliyyətilə əlaqədar, sahibinin razılığı olmayaraq açıqlanmağı, bunların qanuni maraqlarına ziyan vuran biləcək məlumatlardır.

Qanunların məqsədləri:

1. Bu Qanun respublikamızda kommersiyya sirri ilə bağlı yaranmış olan münasibətlərini tənzimliyin.
2. Azərbaycan Respublikasında bütünlüklə hüquqi və fiziki şəxslərin kommersiya sirrini təşkil edən məlumatların, onların ifadə olunmağı metodundan və daşıyıcılarından asılılığı olmadan qorunmaq hüquqları var.
3. Kommersiyya sirrindən ölkənin, hüquqi həmdə fiziki şəxslərin qanuni mənafeylərinin zıddinə istifadə oluna bilməz.

Kommersiyya sirri hesab oluna informasiyalar :

- ✓ Aşağıdakılar istisna olunmaqla, hüquqi və fiziki şəxslərin həmçinin Qanunların tələbatlarına uyğun şəkildə məlumatların kommersiya sirri hesab olunur:
- ✓ Ölkə sirrini təşkil edən informasiyalar;
- ✓ təsis sənətlərində öz əksini tapan informasiyalar;
- ✓ sahibkarlıq fəaliyyətinin bəzi novlərilə məşğul olmaq hüququ verən lisenziyalar haqqında informasiyalar;
- ✓ qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş halarda auditoriya rəyi daxil olmaq ilə maliyyə (muhasibat) hesabatlarında olan informasiyalar;
- ✓ Respublikamızda vergi qanunvericiliyinə əsasən vergi ödəyicisi barəsində kommersiyya sirri hesab olunmayan informasiyalar;
- ✓ əməyin ödənilməyi formaları və məbləği barəsində, əmək haqqı və sosial ödənişlər üzrə olan borclar, işçilərin saylarının tərkibini, boş iş yerlərinin mövcud olmağını əks elətdirən informasiyalar;
- ✓ patent və başqa mühafizə sənədləri ilə qoruna bilən əql mülkiyyət obyektlərinin haqqın da informasiyalar;

- ✓ qiymətli kağızların haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə əsasən qiymətli kağızlar emittenti, qiymətli kağızlar bazarının pesəkar iştirakçısı və qiymətli kağızlar mülkiyyətçiləri tərəfindən acılmalı olan informasiyalar;
- ✓ qeyri/komersiya təşkilatlarının fəaliyyəti barəsində informasiyalar;
- ✓ özəlləşdirmənin ölkə proqramının həyata keçirilməyi həmçinin konkret obyektlərin özəlləşdirmə şərtləri barəsində informasiyalar;
- ✓ hüquqi şəxsin ləğvi və bunun kreditörləri tərəfin dən tələbatların irəli sürülməsi qaydası və müddətinin barəsində olan informasiyalar;
- ✓ Respublikamızda qanunvericiliyinə uyğun barəsində məsuliyyət novü nəzəridə tutulan əməllərə aid informasiyalar;
- ✓ ekoloji və antinhisar qanunvericiliyinə əməl olunmağı, əməyin təhlükəsizliyinin təmin olunmağı, cəmiyyətin sağlamlığına ziyan vura biləcək əmtəələrin realizasiyası ilə əlaqəli informasiyalar;
- ✓ komersiya siri rejiminin qoyulmağı qüvvədədəki qanunvericilik ilə məhdudlaşdırılan informasiyalar;
- ✓ qanunvericiliyə uyğun kommersiyya siri hesab edilməyən başqa informasiyalar.
- ✓ Hüquqi və fiziki şəxslərin bank siriini təşkil edən informasiyaların qorunmağı yaxud istifadəsi müvafiq qanunvericilik ilə tənzmələnir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti

Heydər ƏLİYEV

Bakı şəhəri, 4 dekabr 2001-ci il

"Elektron ticarət haqqında" Respublikasının qanunu

Qanun Azərbaycan Respublikasında elektiron ticarətin təşkili və həyata keçirilməyinin hüquqi əsaslarını, onun iştirakçılarında hüquq və vəzifəsini, həmçinin elektron ticarət haqqında qanunvericiliyin pozulmağına görə məsuliyyəti müəyyən rtməlidir.(2.səhifə 378-391)

İlham Əliyev

Azərbaycan Respublikasının Preridenti

Bakı şəhəri, 10 may 2005-ci il

Blavasitə kommersiyyə əməliyyatları ilə əlaqədar məsləhətləri, iqtisadi və maliyyə informasiyalarının verilməyi qabiliyyətləri bankların digər uyğun subyektlərindən əsaslı olaraq fərqləndirir. Belə ki, kommersiyyə sahəsində olan vəziyyətə mutəmadi şəkildə nəzarəti etmək və informasiyalara malik ola bilmək imkanına görə kommersiyyə bankları öz müstərilərinə vergi deklarasiyalarını və biznes planlarını tərtib etməydən tutmuşdaxili və xarici bazarlardakı marketinq araşdırmaları, məhsul və xidmətlərinin bazarda irəliləməyi barəsində məsləhətləridə verir. Banklar hesablaşma əməliyyatı, əmanətçilərin , kredit götürmək istəyənlərin arasındakı vasitəci kimi çoxlu miqdarda məlumatı təhlil edirdilər. Kommersiyyə bankları bank sistemi içərisində ən əsas fəaliyyətlərindən birində bank pulunun yarada bilməyidir. Bank pulu banka qoyulmuş əmanətin məcburi ehtiyat normalarına ayrılan miqdarı çıxıldıqdan sonra, təkrar olaraq kredit verilməyi nəticəsində ola bilər. Bankın pulu çek sisteminin uyğunlaşdığı ölkələrdə böyük rol və əhəmiyyətə malikdir. Respublikamızda çek ilə ödəmələr o qədər inkişaf etməyib. Bununla bir çox tarixi və sosioloji səbəbləridə var. Xalqımız ödəmə məqsədi ilə nəzərdə tutulan pulları banka qoymağada öyrəşməmişdir. Bunlardan əlavə bank menecmentinin zəifliyi həmçinin onlara olan inamın olmaması, banklarda etibar səviyyələrinin azlığı kimidə fikirləri də söyləmək mümkündür.

Respublikamızda kommersiyyə və depozit banklarının fəaliyyəti hal hazırda qüvvədə olan 14 iyul 1994 –ci il tarixli olan “Azerbaycan Respublikasında banklar və bank fəaliyyətlərinin haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunla tənzimlənir. Onların icra etdikləri əməliyyatlar toplusunda həmin qanunların 27 –ci maddəsinin 1 –ci bəndilə müəyyənləşdirilmişdir. Kommersiyyə həmçinin depozit banklarının formalaşmış olan, bütün dünya tərəfində qəbul edilmiş əməliyyatları toplusuna

qanunvericilik əsasında yeniləridə daxildir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərən banklar bir birilə qarşılıqlı olaraq bir birinə xas olan əməliyyatlarında icra edir.

Ümumilikdə isə depozit bankların verdiyi kreditlər üzrə xüsusi cəkisi çox artırılmışdır. Əmanət banklarında bu rəqəmlərin müstəqillik illərindən sonrada cəkisinin yavaş yavaş

yox olduğunu demək olarki, kommersiya bankları tərəfindəndə verilən kreditlərin ümumi həcmi çox artırılmışdır:

Bütün dünya ölkələrində kommersiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməyi bununlada səmərəliliyin yüksəldilməsi prioritet məsələlərdəndi. Kommersiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi müxtəlif ölkələrdə iqtisadiyyatın inkişaf sektoruna uyğun olaraq lazımi sahələrdə aparılır və bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafına əsaslanır. Texnologiyaların inkişafının hazırkı mərhələsində ölkəmizdə və dünya ölkələrində kommersiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi əsasən innovasiyaya əsaslanır.

İqtisadiyyatın inkişafının innovasiya mərhələsinin əsas hədəfi milli iqtisadiyyatın rəqabətlik qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə və dünya təsərrüfat sistemin optimal olan inteqrasiyaya çatmaqla, uzun müddətli perspektiv olkədə dinamik social iqtisadi inkişafın davamlılığını təmin olunmağından ibarətdir. Bunlar ölkənin malik olduğu iqtisadi potensialın gücləndirilməyi və bu potensialın səmərəli şəkildə reallaşdırılması, o cümlədən qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməyi hər bir regionun malik olduğu potensiallarından tam və optimalşəkildə istifadə edilməyi və bunların tərəqqisinin tarazlaşdırılmağı, çoxlu sayda yeni iş yerlərinin açılmağına şərait yaradılmağı, sahibkarlığın inkişaf etdirilməyi, sosial xidmətin həcmının, keyfiyyətinin vəünvanlılığının əhmiyyətli dərəcədə artırılmağı, yoxsulluğun azaldılmağı vəzifələridə aid edilə bilər.

Azərbaycanın iqtisadi strategiyasında insan kapitalının formalaşdırılması prioritet məqsəd olaraq, müasir bilik və nanotexnologiyalar isə innovasiyanın inkişaf vəsaitli kimi müəyyən olunmuş, strategiyanın elmi cəhətdən təhlili həmçinin əsaslandırılmağı mövcud olan uğurların davamlılığının və effektivliyinin təminatı kimi dəyərləndirilir. innovasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunması ölkənin hərtərəfli inkişafına öz xidmətini göstərir. Bu texnologiyalar cəmiyyətin sosial iqtisadi vəziyyətində müşahidə olunan problemlərin həllində, həmçinin yoxsulluq səviyyəsinin azaldılmağı üçün tutarlı vasitələrdən olmuşdur.

Ölkənin hər hansı bir fəaliyyət sahəsində innovasiyalarını tətbiq etməmişdən öncə bu sahə Azərbaycanın iqtisadi strategiyasında insan kapitalının formalaşdırılmağı prioritet

məqsəd kimi, müasir bilik və nanotexnologiyalar is innovasiyanın inkişaf vasitəsi kimi müəyyən edilmiş, strategiyanın elmi cəhətdə təhlili və əsaslandırılması mövcud uğurların davamlılığının və effektivliyinin təminatı kimi qiymətləndirilir.

Ölkənin hər hansı bir fəaliyyət sahəsində innovasiyanı tətbiq etməmişdən öncə bu sahənin innovasiya potensialını müəyyən etmək önəmlidir. Innovasiya potensialı innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan maddi, maliyyə, intellektual, elmi-texniki və digər resursların məcmusudur. Ölkənin innovasiya potensialı aşağıdakı elementlərin məcmusundan ibarətdir: Hazırda müstəqillik şəraitində Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafının əsas amillərindən birini ölkənin innovasiya potensialı təşkil edir. Məhz ona görə respublikanın gələcək sosial-iqtisadi tərəqqisi ilk növbədə iqtisadiyyatın innovasiya yoluna keçirilməyindən, yeni texnoloji proseslərin yaradılması və tətbiqi ilə rəqabətə davamlı məhsulların, əmək və maliyyə ehtiyatlarının artırılmasından asılıdır. Ancaq effektiv olan elmi biliklərin olması şəraitində ölkə istehsalat elmi texniki inkişafın nəticələrini tətbiq edə bilər.

Elmi biliklərin idarəedilməsində həmişə elm işçiləri həlledici rol oynayır. Bunların hazırlanması tərəqqi etmiş və tərəqqi etməkdə olan dövlətlərin elmi texniki siyasətində aparıcı rol oynayır.

Ölkənin elmi-kadr potensialı innovasiya prosesinin bütün mərhələlərində əsas elementlərdən biri kimi iştirak etməklə fundamental və tətbiqi tədqiqatların əsasını təşkil edir. Elmi texniki potensial deyildiydə, dövlətin elm sahələrinə aid olunan kadrlar, maddi, maliyyə resursları, ictimai, təbii və texniki elm sahələrində əldə olunmuş biliklər, istehsal təcrübəsinin məcmusu başa düşülür. Həmçinin elmi-texniki potensialda iqtisadi proseslərin idarə edilməsi üçün məlumatların yığılması, işlənməsi və verilməsi proseslərinin əhatə edən məlumat potensialı da mühüm rolə malikdir.

Hal hazırda Azərbaycan Respublikasında elmi, təhsili və mədəniyyəti geniş inteqrasiyaya proseslərinə cəlb olunmuşdur. Sonuncu 2 il ərzində tədqiq olunan həmçinin işləmələri həyata keçirən təşkilatların sayında cüzi azalma müşahidə olunmasına baxmayaraq, bu sahədə istifadə olunan başlıca vəsaitlərin dəyəri artmışdır.

2001-2012-ci illər ərzində elmə ölkə büdcəsindən ayrılan xərclərin həcmi isə

10 dəfədən çox artmış, 2010-ci ildə 105,1 milyon manat təşkil etmişdir. Ümumixərclər isə bundan bir qədər çox, yəni 112 milyon manat təşkil etmişdir. Aydın olduğu qədəri iləkimi, tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclərin tərkibində daxili xərclər böyük əksəriyyəti təşkil edir. Bu xərclərə cari və əsaslı xərclər aiddir ki, buda 97 % ə qədəri cari xərclərindən ibarətdir.

Bunlardan əlavə, tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclərin maliyyə mənbəyində maraq doğuran məsələlərindən biridir.

Elmi işçilər iqtisadiyyatın bütün sahələrində və cəmiyyətdə innovasiyanın banisi hesab olunurlar. Sahibkarlıq sektorundada isə cəmi on üç müəssisə tədqiqatları və işləmələri həyata keçirir.

Elmi-tədqiqatlar aparılan müəssisələrimizin səksən faizi Bakı şəhərində yerləşər ki, bükimi hallarda elmi texniki potensialın mərkəz ilə regionlar arasındakı fərqliliklərinə səbəb olmuşdur.

Respublikamız dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası müddəti kommersiya fəaliyyətinin tərəqqisi üçün iqtisadiyyatın fərqli sektorlarındada yeni bazar sturukturlarının formalaşmağı üçün islahatların aparılmağı mütləq olmuşdur., Respublikamızda istehsalın dahada dərinləşməyi dövlətin iqtisadi siyasətində çox mühüm rol oynayır. Hal hazırda ölkədə iqtisadi islahatların keyfiyyəti yeni dövrə qədəm qoymusdur. İqtisadiyyatın sturukturunda köklü surətdə dəyişikliklər baş vermişdir,təzə təsərrüfat sturukturlarına uyğun olaraq iqtisadi sturukturlar, təsisatlar və iqtisadi münasibətlər formalaşmaqdadır.

İllər	Milyon ABŞ dolları ilə				Əvvəlki ilə	
	ticarət dövriyyəsi	idxal	ixrac	saldo	ticarət dövriyyəsi	idxal
2005	7 131.4	3 515,9	3 615,5	99.6	136.7	133.9
2006	8 558.4	4 211,2	4 347,2	136.0	120.0	119.8
2007	11 638.9	5 466,7	6 372,2	1 105.5	136.0	125.1
2008	11 791.7	5 713,5	6 058,2	344.7	101.1	108.5
2009	54 926.0	7 170,0	47 756,0	40 596.0	466.6	125.5
2010¹	20 824.5	6 123,1	14 701,4	8 578.3	37.9	85.4
2010²	33 160.7	6 600.6	26 560.1	19 859.5	108.5	105.0
2011¹	27 960.8	6 600,6	21 360,2	14 759.6	120.0	105.0

2011²	44 161.7	9 756.0	34 405.7	24 649.7	104.0	145.3
2012¹	36 326.9	9 756.0	26 570,9	16 814.9	103.9	145.3
2012²	43 813.5	9 652.9	34 160.6	24 507.7	95.5	96.9
2013¹	33 560.9	9 652.9	23 908.0	14 255.1	89.3	96.9
2013²	43 554.1	10 712.5	32 841.6	22 129.1	102.7	109.1
2014¹	34 687.9	10 712.5	23 975.4	13 262.9	106.3	109.1
2014²	39 462.1	9 187.7	30 274.4	21 086.7	95.8	85.4
2015	31 016.3	9 187.7	21 828.6	12 640.9	94.1	85.4

Statistika məlumatları - ölkənin sərhədlərini keçərək faktiki olaraq ixrac edilmiş, ancaq hesabat orqanlarında rəsmiləşdirilməyən xammal neft və təbiiqazın həcmi və statistiki qiymətləndirilməsinə alınmaqla.

Cədvəl 4 Ölkəmizdə xarici ticarət əlaqələrinin dinamikası

72

²⁾ Gömrük məlumatları - xam neft həmçinin təbii qaz ixracında gömrük rəsmiləşdirilməmiş məhsullarının faktiki ixrac tarixi (ölkə sərhədin keçmək vaxtı) üstüstdə düşmədiyi üçün ölkə kəmiyyətinə ixrac olunmuş xam neft həmçinin təbii qazın hesab dövründə gömrük rəsmiləşdirilən kəmiyyətinə aid məlumatlar daxil edilməmişdir.

Cədvəl Xarici ticarət əlaqələrinin dinamikası

Nəticə və təkliflər.

Kommersiya fəaliyyətinin idrarə edilməyi və onun səmərəli təşkili metodlarının təhlili haqqında bu nəticəyə gəlmək olarki bu fəaliyyətin səmərəli həyata keçirilməsi üçün dəyişən bazar mühitini təhlil etmək və bütün dəyişikliklərə hazır olmaq mütləqdir. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilinin ən vacib məsələlərindən biridə yeniliklərin tətbiq olunmasıdırki kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması daimi olaraq onun texnologiyasının təkmilləşdirilməyindən ,idarə etmənin yeni texnikasından ,avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemindən və həmçinində məhsulların pərakəndə və topdan satışının idarə olunmağının kompüterləşməyindən asılıdır. .Kommersiya fəaliyyətinin təşkili onun optimal olaraq idarə edilməyi səmərəliliyinin yüksəldilməyi artıq ənənəvi olan yanaşmaların səmərəli olmadığını göstərərək yeniliklərin tətbiqini mühüm edir. Kommersiya isinin səviyyəsinin artırılmağı onun texnologiyasının daimi təkmilləşdirilməsini, idarəetmənin yeni texnikasından, avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemindən, kommersiya işçilərinin avtomatlaşdırılmış iş yerlərindən istifadə olunmağının, kommersiya proseslərinin, o cümlədən əmtəələrin topdan və pərakəndə satışının idarə olunmağının kompüterləşməyini tələb edir. Kommersiya əməliyyatlarının kompüterləşməyi kommersiya məlumatlarının işlənməyi və otürülməsi üzrə informasiya sisteminin yaradılmasına imkan verir ki, bu da əmtəə tədavülü sferasında bazar, marketinq fəaliyyətlərinin texniki olan əsasını təşkil edir. Butün bunlar kommersiya fəaliyyətinin geniş bir əhatəyə malik olmasının göstəricisidir. Kommersiya fəaliyyətinin zamanı kommersiya sturukturlarının bazarın tələbinin inkişaf meyllərini öyrənməyi və bu araşdırmanın nəticəsi olaraq istehsalçıları satış üçün daha perspektivli olan məhsullarının hazırlanmağı və istehsalına yönəltməsi mütləqdir. Kommersiya fəaliyyətinə cəmiyyətin bütün üzvləri daxildir və kommersiya fəaliyyətinin genişlənməsi birbaşa olaraq bazar münasibətlərinin genişlənməsi ilə əlaqədardır. Kommersiya fəaliyyətinin təşkili onun optimal idarə edilməsi səmərəliliyinin yüksəldilməsi artıq ənənəvi olan yanaşmaların səmərəli olmadığını göstərərək yeniliklərin tətbiqini mühüm edir. Bütün bunlar kommersiya fəaliyyətinin

geniş bir əhatəyə malik olmasının göstəricisidir. Son zamanlarda yeniliklərin tətbiqi ilə bağlı olaraq elektron kommersiya anlayışına tez –tez rast gəlinir. Elektron kommersiya anlayışı informasiya mübadiləsinin birbaşa elektron sistemi vasitəsilə ötürülməsinin işgüzar aktivliyinin geniş spektrlərini özündə birləşdirir:transaksiyaların həyata keçirilməyində internet,telefaks və portdan istifadə edilməklə hesablaşmalar təşkil edilir və asanlaşdırılır.Məhz bütün bu kimi yeniliklərin tətbiqi nəticəsində bazara giriş aktivliyi artır. Ticarətin prosesinin təşkili, optimal idarə edilməyi və alınan nəticələrin effektivliyi səviyyəsinin yüksəldilməyi problemi artıq ənənəvi yanaşmaların səmərəli olmamağını və onlardan istifadənin yararsızlığını üzə çıxarmışdır. Bazar iqtisadiyyatına keçid ənənəvi ixtisaslarından olan mütəxəssislərə tələbatı kəskin sürətdə azaltmış, müasir yönümlü mütəxəssislərə yeni imkanlar açmışdır. Hal-hazırda kommersiya fəaliyyəti beynəlxalq fəaliyyətə çevrilmişdir və bu fəaliyyət mürəkkəb və çoxşəhəlidir.Kommersiya fəaliyyətinin düzgün təşkili üçün onun hər bir elementi dəqiq təhlil olunmalıdır bu halda daimi mənfəət təmin olunur.Kommersiya istehsal prosesləri ilə yanaşı əlavə ticarət xidmətləridə yerinə yetirilirki buda tətbiq olunan yeniliklərlə əlaqədardır.Kommersiya fəaliyyətini həyata keçirən şəxs ümumi

iqtisadi,sosial ,hüquqi,siyasi elmlərdən yetərli dərəcədə anlayışlı olması vacib məsələlərdəndir.

Kommersiya fəaliyyətini yalnız yaxşı şəkildə hazırlanmış yüksək ixtisaslı və kommersiya işinin müasir təşkili və texnologiyası, marketinq, menecment sahəsində dərin hazırlıq keçmiş və ya ixtisaslarını yüksəltmiş olan kadrlar müvəffəqiyyətiylə həyata keçirə bilirlər.

Milli iqtisadiyyatın təkmilləşməyində və sahələr arasındakı əlaqələrin inkişafında kommersiya fəaliyyətinin düzgün təşkili mühüm rol oynayır.

Yekun olaraq onu qeyd etmək lazımdırki kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatına təsir edirvə onun və ölkənin intellektual səviyyəsi ilə inkişaf edir.

Magistr dissertasiyasında kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması üsulları və səmərəliliyə təsir edən amilər qeyd olunmuşdur.

Birinci fəsildə kommersiya fəaliyyətinin təşkil formavə metodları nəzəri-metodoloji əsasları qeyd olunmuşdur.

İkinci fəsildə kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməyi və onun təşkili həmçinin kommersiya fəaliyyətinin informasiya təminatının təhlili aparılmışdır.

Sonuncu üçüncü fəsildə respublikamızda kommersiya fəaliyyətinin təşkili onun səmərəliliyinin artırılmasına təsir edən amillər, kommersiya fəaliyyətinin ümumilikdə səmərəlilik göstəriciləri qeyd olunmuşdur.

Kommersiya fəaliyyətinin daimi səmərəli təşkilinə nail olmaq üçün aşağıdakı təkliflər əsasdır:

- ✓ Kommersiya fəaliyyəti zamanı bazar mütəmadi olaraq tədqiq edilməli, istehlakçıların istə və zövqləri daimi nəzərə alınmalı maksimum dərəcədə onların tələbatları ödənilməlidir.
- ✓ Kommersiya fəaliyyəti dövlətin qanunları çərçivəsində aparılmalı və nəzarət təmin edilməlidir.
- ✓ Kommersiya fəaliyyəti zamanı ədalətlik prinsipinə əməl olunmalıdır və rəqiblərin kommersiya sirlərini əldə etməyə çalışmamalıdır.
- ✓ Kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı ən mühüm məsələlərdən biridə bu fəaliyyətin səmərəli həyata keçirilməsi üçün yüksək ixtisaslı kadrların yetişdirilməsidir.
- ✓ Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilinə öz təsirini göstərən məsələlərdən biridə yeniliklərin tətbiqi, elmi-texniki tərəqqidir.
- ✓ Kommersiya fəaliyyətinin işçilərinin əməyi avtomatlaşdırılmalı və faydalı iş əmsalı yüksəldilməlidir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

1. Kərim Paşa oğlu Paşayev rəhbərliyi və redaktəsi ilə “Ticarət kafedrasının müəllimləri tərəfindən “Kommersiya fəaliyyətinin Əsasları
2. Müslümat Allahverdiyeva ,Bahadur Manafov “İstehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyəti” Bakı -2012
3. M.Q.Ağamaliyev –“Kommersiya fəaliyyətinin təşkili”, Bakı-2004
4. 4.Məhərrəm Ağamalıyev,Tahir Şükürov,”Ticarət müəssisələrinin iqtisadiyyatı” Bakı -20105
5. 5. İ.Ə. Feyzullayev “ Ticarətin iqtisadiyyatı “ Bakı 1995
6. 6.R.Əsgərova -“Pul, Kredit və Banklar”, Bakı-2007
7. Tofiq Məmmədov “Ticarətin təşkili və texnologiyası “ Dərs vəsaiti Bakı 2006
- 8.Biznesin təşkili və idarə edilməsi /Dərslük Bakı :2011
- 9.Məhərrəm Əkbərov “Elektron kommersiya” “İqtisad Universiteti Nəşriyyatı”Bakı 2011
10. K.R. Pasayev , T.CMəmmədov “Ticarətin idarə edilməsi “ Dərs vəsaiti Bakı-1981
11. Xəlilov Ş.A.”Milli ərzaq təhlükəsizliyi :bazar transformasiyaları və iqtisadi qloballaşma amilləri” Bakı- Adiloğlu 2001
- 12 . İ.Ə. Feyzullayev “ Ticarətin iqtisadiyyatı “ Bakı 1995
13. Tağıev A. H “Bazar iqtisadiyyatının əsasları“ Bakı 2002
14. Tofiq Məmmədov “Ticarətin təşkili və texnologiyası “ Dərs vəsaiti Bakı- 2006
15. Feyzullabəyli İ.A. “Bazar ,ticarət,marketinq ,planlaşdırma .Azərnəşr -1995
16. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası Bakı Qanun -2004

İnternetdən istifadə olunan saytların adları:

17. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin illik statistika toplusu

www.azstat.org

18. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

<http://www.stat.gov.az/>

19 .marketing.az

20. <http://vn.taxes.gov.az/qanun/q224.html>

21. <http://www.taxes.gov.az/modul.php?name>

22. <http://kayzen.az/blog/kommersiya/2434/1.1.-kommersiya>

23. <http://old.azmarketing.az/ksm/82-biznes/564-biznes->

24. <http://book.ilkaddimlar.com/>

25. <http://www.ekitab.net/economy>

26. <http://library.unec.edu.az/2014-05-07->

27. <http://wubase.wulearn.az/book/483/komm>

28. <http://www.kitabyurdu.az/2015/01/kommersiya>

29. <http://www.chamber.az/page.html?id>

30. <http://www.e-qanun.az/alpidata/framework/data/8/c>

Xülasə

Kommersiya fəaliyyətinin təşkil olunması ölkə iqtisadiyyatının inkişafında və onun beynəlxalq ticarət əlaqələrində mühüm rol oynadığı üçün bu fəaliyyətin səmərəli təşkilinin təhlili zəruridir. Kommersiya fəaliyyətinin düzgün və səmərəli təşkili cəmiyyətin bütün üzvləri üçün aktualdır və bu zaman istehsalçılar birbaşa istehlakçıların tələbini yerinə yetirmək üçün daim bazarı tədqiq etməlidirlər.

Respublikamızda kommersiya fəaliyyətinin tənzimlənməsi və onun səmərəli təşkili daim dövlət tərəfindən nəzarətdə saxlanılır. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili məsələləri aktuallığına uyğun olaraq dissertasiya işi üç fəsildən ,giriş, nəticə və təkliflərdən ibarətdir. Dissertasiya işində kommersiya fəaliyyətinin mahiyyəti , nəzəri metodoloji əsasları onun təşkili formaları və səmərəlilik göstəriciləri və səmərəliliyə təsir edən amillər tədqiq edilmişdir. Həmçinin kommersiya fəaliyyətinin təşkili zamanı yeniliklərin tətbiqi onun təkmilləşdirilməsi üsulları təhlil edilmişdir və bu fəaliyyətin səmərəli təşkili üçün informasiya təminatının rolu araşdırılmışdır. Kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkili ümüilikdə ölkənin inkişafını təmin edir həmçinin onun beynəlxalq ticarətdə rolunu müəyyən edir.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ**

**АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Исмайылзада Сама Фуад

Эффективная организация коммерческой деятельности.

РЕЗЮМЕ

Организация коммерческой деятельности в стране играет важную роль в экономическом развитии и ее международных торговых отношений, необходимо эффективно анализировать организацию этих мероприятий. Правильное и эффективное управление коммерческой деятельностью имеет отношение ко всем членам общества, и на этот раз спрос на потребителей, чтобы узнать непосредственно от производителя, чтобы быть постоянно проводит исследования рынка. Регулирование коммерческой деятельности в стране, и ее эффективной организации, постоянно держать под контролем со стороны государства. Актуальность эффективной организации коммерческой деятельности в соответствии с тезисом из трех глав, введения, заключения и внесли свои предложения.

Сущность коммерческой деятельности в диссертации, теоретические и методологические основы, формы организации и эффективности показателей были также исследованы факторы, влияющие на эффективность. В процессе коммерческой деятельности, а также методов совершенствования инновационной деятельности были проанализированы и исследованы роль информационного обеспечения для эффективной организации этого мероприятия.

MINISTRY OF EDUCATION OF THE AZERBAIJAN REPUBLIC

AZERBAIJAN STATE ECONOMIC UNIVERSITY

ISMAYILZADA SAMA FUAD

The Problems of the Productive Arrangements of the Commercial Activity

SUMMARY

Arrangements of commercial activities play an important role in the development of economy of the country and its international commercial relationship, so the investigation of this productive arrangements is necessary. Right and productiveness of the commercial activity is urgent for all members of society and in this case producers must constantly investigate market to meet the consumers demand directly.

The regulation of commercial activity is constantly controlled by the government in our republic. The dissertation work is divided into 3 parts – introduction, conclusion and offers in conformity with the urgency of productive arrangements of the commercial activity. The essence of the commercial activity, its theoretical-methodological bases, its organizing forms and indicators of productivity and factors influencing productivity were investigated and the role of information maintenance for productive arrangement of this activity was investigated.