

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Musayev Nüsrət Əşrəf oğlu

**«MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAF
TENDENSİYALARINDA QABAQCIL TEXNOLOGİYANIN YERİ VƏ
ROLU»**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı:

060411 «*Kommersiya*»

İxtisaslaşma:

«*Kommersiya fəaliyyəti*»

Elmi rəhbər:

dos. Abbasov H.H.

Kafedra müdiri:

prof. Şəkərəliyev A.Ş.

Bakı – 2017

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	3
FƏSİL I. MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏLİYYƏTİNİN NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI.	
1.1 Müasir mərhələdə kommersiya fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyətləri.....	5
1.2 Ticarət müəssisələrinin inkişaf tendensiyalarında qabaqcıl texnologiyaların rolu.....	18
FƏSİL II. MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏLİYYƏTİNİN İNKİŞAFI VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ .	
2.1 Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin mövcud durumu və onun təhlili.....	28
2.2 Kommersiya fəaliyyətində risklərin idarə edilməsi.....	42
2.3 Kommersiya işində sahibkarlığın fəaliyyətinin inkişafı.....	48
FƏSİL III. MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏLİYYƏTİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ VƏ ONUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ .	
3.1 Kommersiya fəaliyyətinin artırılması yolları.....	59
3.2 Ticarət fəaliyyətinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	66
3.3 Marketing araşdırılmasının idarə edilməsi sisteminin inkişaf istiqamətləri.....	69
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	77
İstifadə olunmuş ədəbiyyat.....	82
Resume	
Резюме	

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya fəaliyyəti iqtisadi sistemi əks etdirir və əhalinin həyatının yaxşılaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin inkişaf tendensiyalarında qabaqcıl texnologiyanın mühüm yeri və rolu vardır. Kommersiya fəaliyyəti bir sistem kimi malların satışında mühüm bir sahəni əhatə edir. Kommersiya fəaliyyəti vasitəsilə əhali tələb və təklif arasında qarşılıqlı münasibətləri həyata keçirirlər.

Tədqiqatın predmeti və obyektı: Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin idarə etmə sisteminə yüksək nəticələr əldə edilmişdir. Kommersiya fəaliyyəti biznes sahəsinin əsas sahələrindən biridir.

Tədqiqat işinin quruluşu və həcmi: Dissertasiya işinin birinci fəsil müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyətlərinə həsr edilmişdir. Bu fəsildə ticarət müəssisələrinin inkişaf tendensiyalarında qabaqcıl texnologiyanın rolu, müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin formalaşması məsələsinə baxılmışdır.

Dissertasiya işinin ikinci fəsilində müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin inkişafı məsələsinə baxılmışdır. Bu fəsildə kommersiya fəaliyyətində risklərin idarə edilməsi, kommersiya işində sahibkarlığın fəaliyyətinin yüksəldilməsinə baxılmışdır.

Dissertasiya işinin üçüncü fəsilində müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsi və onun təkmilləşdirilməsi problemlərinə həsr edilmişdir. Bu fəsildə kommersiya fəaliyyətinin effektivliyinin artırılması yollarına, ticarət fəaliyyətinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinə və marketing araşdırılmasının idarə edilməsi sisteminin inkişaf istiqamətləri məsələsinə baxılmışdır.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri: Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifəsi ondan ibarətdir ki, müasir dövrdə kommersiya dövrdə kommersiya fəaliyyətinin

inkişaf tendensiyalarında qabaqcıl texnologiyanın yeri və rolunu tətbiq etməkdən ibarətdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi aşağıdakılardan ibarətdir:

- Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyətlərinin aşkarlanması..
- İnkişaf tendensiyalarında qabaqcıl texnologiyanın rolunun müəyyən edilməsi..
- Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin formalaşmasının müəyyən edilməsi..
- Kommersiya fəaliyyətində risklərin idarə edilməsinin araşdırılması..
- Kommersiya işində sahibkarlıq fəaliyyətinin araşdırılması..
- Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsi və onun təkmilləşdirilməsi problemlərinin müəyyən edilməsi..

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları: Dissertasiya işində aparılan təhlillər zamanı zəruri olan iqtisadi göstəricilər Respublika Dövlət Statistika Komitəsinin hesabat məlumatlarından istifadə edilmişdir. Burada kommersiya fəaliyyətinin müxtəlif səviyyələrdə idarə edilməsinin ən səmərəli üsul və metodlarından istifadə olunmaqla müsbət nəticələr əldə olunur.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi: Tədqiqat işində aparılan araşdırmalar əvvəlki ümumi yanaşmalardan özünün kompleksliliyi ilə fərqlənir. Kommersiya fəaliyyətinin müxtəlif səviyyələrində idarə etmənin müxtəlif istiqamətləri və kommersiya fəaliyyətinin yeni formaları meydana gəlmişdir. Kommersiya fəaliyyətinin idarəetmə sisteminin yüksək nəticələr əldə edilməsinə yönəldilən kompleks tədbirlərdən ibarətdir.

Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti: Elmi tədqiqatın nəticələri kimi əldə olunan təkliflər nəzəri və praktiki əhəmiyyətə malikdirlər və təcrübədə istifadə oluna bilər.

FƏSİL I . MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI .

1.1 Müasir mərhələdə kommersiya fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyətləri.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya fəaliyyəti-əmək bölgüsü nəticəsində meydana gələn insan fəaliyyətinin mühüm sahələrindən biridir. O,malların alqı-satqı prosesinin təkmilləşməsinə ,mənfəətin əldə olunması məqsədilə kommersiya xidmətinin göstərilməsinə yönəldilmişdir. Bir-biri ilə onlar qarşılıqlı əlaqədə olan kompleks ticarət əməliyyatların yerinə yetirilməsinə xidmət edirlər. Sahibkarlıqla məşğul olan kommersiya müəssisələri,eləcədə ,fiziki və hüquqi şəxslər bu prosesdə:əhalinin mallara və xidmətlərə qarşı olan tələblərini ödəmək;bazarın mallarla təchizatını öyrənmək ;onların mal çeşidlərinə qarşı tələbatına uyğun olaraq,daxil olma mənbələrini və malgöndərənləri müəyyən etmək;onların arasında təsərrüfat əlaqələrini qurma;topdan və pərakəndəsətiş ticarəti həyata keçirirlər;reklam məlumat fəaliyyəti ilə də məşğul olmaqdır.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti – malların pulla satışı yolu ilə istehsalçıdan istehlakçıya yönəldilməsindən ibarətdir. Ticarət termini ikili mənə daşıyır:bir tərəfdən iqtisadiyyatın müstəqil sahəsi kimi səciyyələnir ,digər tərəfdən isə əmtəələrin alqı-satqısı aktlarının həyata keçirilməsinə yönəldilmiş ticarət fəaliyyətini özündə əks etdirir. Malların satışından əldə olunan mədaxilin mövcudluğu kommersiya fəaliyyətinin mövcudluğuna dəlalət edir. Ticarət dedikdə isə pul vəsaitləri ilə həyata keçirilən əmtəə tədavülünün bir formasıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarət – alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsi ilə bağlı olan spesifik texnoloji və təsərrüfat əməliyyatlarının məcmusundan ibarətdir.

Ticarət uzun müddət ərzində çox geniş mənada istifadə olunaraq,praktiki olaraq,iqtisadi fəaliyyətin məzmununu tam şəkildə əks etdirir. Ticarət dedikdə,malların alışı və onların əhəmiyyətli maddi dəyişikliklər edilmədən satışı başa düşməlidir. Ticarət pul vasitəsilə həyata keçirilən əmtəə tədavülünün formasıdır. Ticarət alqı-satqı aktlarının şərtlərinə xidmət göstərməklə yanaşı,həm də alıcını qane edəcək qiymət haqqında razılaşmağa gəlirlər. Ticarət maddi nemətlərin istehlakçılara çatdırılmasına yönəldilmiş təsərrüfat fəaliyyətinin iqtisadi təyinatını xarakterizə edən müəssisəni özündə cəmləşdirən müstəqil sahəsidir. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Standartı Komitəsi “Ticarət”termininin şərhini verərək,onu malların alqı-satqısı və istehlakçılara xidmətlərin göstərilməsi ilə bağlı sahibkarlıq fəaliyyətinin növü kimi müəyyənləşdirir. Standart Komitəsi ticarət anlayışını sahibkarlıq fəaliyyətinin müstəqil növləri olan ticarət-sahibkarlığı təsbit etmişdir. Standarta görə,ticarət sahibkarlığının məğzi K.Marksın P-Ə-P düsturu ilə təsvir edilən ticarət mübadilə əməliyyatlarını həyata keçirilməsindən ibarətdir.

Bununla belə,ticarət-sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyəti,istehsalçı və istehlakçıya xidmətlərin göstərilməsindən ibarətdir. A.Kriye və J.Jalle,ticarətin iqtisadi funksiyalarını müəyyənləşdirərək qeyd edirlər ki,kommersantlar istehsalçı ilə istehlakçı arasında əlaqəli olmaqla,fəaliyyət subyektlərinin hər birinə xidmət göstərirlər. Xüsusilə,onlar qeyd edirlər ki,dövriyyə sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq istehlakçıları böyük istehlakçı kütləsi ilə üzləşməkdən azad edir,istehlak və istehsalın ritmini zəmin edir. Digər tərəfdən istehlakçıların tələbatlarının təmin edilməsi üzrə istehsal imkanlarını genişləndirir. Məhz bunun sayəsində ticarət-sahibkarlıq fəaliyyəti,ilk növbədə,ticarət müəssisələri tərəfindən həyata keçirilir. İstehlakçılara maddi nemətlərin onların tələbatına cavab verən zaman təqdim edilməsindən ibarətdir. Onlar əməliyyatlarının məcmusu olaraq,ümumi qaydada xidmətlərin göstərilməsi prosesi kimi xarakterizə oluna bilər.

Müasir dövrdə ticarət fəaliyyətinin subyektləri qismində həm ticarət vasitəçiləri, həm də istehsalçılar çıxış edə bilər. Ticarət dedikdə isə iqtisadiyyatın müstəqil sahəsində cəmləşmiş ticarət vasitəçilərinin fəaliyyəti nəzərdə tutulur. Kommersiya fəaliyyəti-mənfəət əldə etmək məqsədilə alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsinə yönəldilən ticarət proseslərini özündə əks etdirir. Odur ki, kommersiya mənfəət əldə edilməsinə yönəldilmiş fəaliyyət kimi başa düşülür.

Müasir şəraitdə bazar iqtisadiyyatının effektiv fəaliyyət göstərməsi və dayanıqlı inkişafı ayrı-ayrı istehsallar, sahibkarlar, şirkətlər və firmalar arasında qarşılıqlı əlaqələrin forması kommersiya əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi səviyyəsindən asılıdır. Odur ki, kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi cəhətdən düzgün təşkili bazar iqtisadiyyatının inkişafının əsasını təşkil edir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənaye firmalarında, ticarət-vasitəçilik müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin təşkili prosesində bu əlaqələrinin qurulmasında, material resurslarının tədarükündə və məhsulun təchizatında mürəkkəb problemlər yaranır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin mühüm sahəsi olan kommersiya biznesi müasir dövrdə sürətlə inkişaf etməyə başlamışdır. Hazır ki, mərhələdə kommersiya əməliyyatları ilə sənaye, kənd təsərrüfatı, ticarət firmaları, şirkətlər və digər firmalar məşğul olur.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti ticarət sahibkarlığının bir növüdür. Sahibkarlıq – sahibkara gəlir gətirən iqtisadi, istehsal və xidmət fəaliyyətinin təşkilidir. Sahibkarlıq dedikdə, sənaye, kənd təsərrüfatı müəssisəsinin, ticarət, xidmət müəssisəsinin və təşkili başa düşülür. Sahibkarlıq fəaliyyətinin bu növləri arasında yalnız ticarət kommersiya fəaliyyətinə aid edilir. Eyni zamanda, sahibkarlıq fəaliyyətinin bir sıra növləri də əmtəələrin, xammalın, hazır məhsulun, yarımfabrikatların və s. alqı-satqısı üzrə əməliyyatlar həyata keçirilə bilər.

Müasir dövrdə ticarətdə kommersiya fəaliyyəti ticarət müəssisə və təşkilatlarının, əhəlinin tələbatının ödənilməsi və mənfəət əldə edilməsi məqsədi

ilə əmtəələrin alqı-satqısı proseslərini əhatə edir. Alqı-satqı dəyərin formasının dəyişilməsinə əsaslanır:

P-Ə və Ə'-P'

Ticarətdə kommersiya fəaliyyəti əmtəələrin alqı-satqısı prosesindən daha geniş anlayışdır. Alqı-satqı aktının baş verməsi üçün ticarət sahibkarları bir sıra təsərrüfat əməliyyatlarını həyata keçirmək məcburiyyətində olurlar. Əhalinin tələbatının öyrənilməsi, malgöndərənlərin və əmtəə alıcılarının tapılması, onlarla səmərəli təsərrüfat əlaqələrinin yaradılması, əmtəələrin satışı üzrə reklam-informasiya işləri daxildir.

Müasir şəraitdə kommersiya fəaliyyəti sahəsində istehsal, tikinti, investisiya və digər sahibkarlıq fəaliyyətinin gəlir əldə etmək üçün alqı-satqı prosesindən istifadə edirlər. Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti ixtisaslaşdırılmış kommersiya sistemləri vasitəsilə həyata keçirilir. Ticarətdə kommersiya fəaliyyəti bütöv bir sistem olub, mal və xidmət üzrə istehsal kommersiya anlayışını, onun iqtisadi, hüquqi, mədəni və inzibati əsasını özündə birləşdirir.

Kommersiya fəaliyyətinin alqı-satqı olduğunu nəzərə alsaq, menecment, sahibkarlıq, pul münasibətləri və onun hüquqi əsası üzə çıxır. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

- müqavilələrin, sazişlərin bağlanması və həyata keçirilməsi;
- mal göndərənlərlə işin təşkili;
- mal satışının təşkili;
- kommersiya fəaliyyətinin nəticəsinin maliyyə təsərrüfatı üzrə təhlili;
- banklarla hesablaşma işi;
- kommersiya riskinə dair hesablamaların aparılması;
- gömrük əməliyyatlarının həyata keçirilməsi.

Müasir mənbələrdə kommersiya fəaliyyətini kapitalizmə xas olan fəaliyyət sahəsi kimi baxılır. Məsələn, xarici lüğətdə kommersiya – ticarət, kapitalist cəmiyyətində gəlir əldə etmək fəaliyyət sahəsi kimi göstərilir. Sovet dövründə kommersiya fəaliyyətinə mənfi münasibət bəslənilirdi. Müasir kommersiya işinə

ticarət-operativ prosesin təşkilində,istifadə olunan əməliyyatların məcmuu,plan tapşırıqlarının yerinə yetirilməsi,minimum əmək və maliyyə vəsaiti sərf etməklə,mədəni xidmət göstərmək kimi baxılır. Müasir dövrdə kommersiya işi malların istehsal sferasından istehlak sferasına hərəkəti ilə əlaqədar yerinə yetirilən ticarət-operativ əməliyyatlar məcmusu kimi başa düşülür. Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti anlayışı altında ticarət müəssisələrinin mal ilə təmin edilməsi məqsədi ilə pərakəndə mal dövriyyəsinin yerinə yetirilməsi üçün ticarət –operativ fəaliyyəti nəzərdə tutulur. Onu qeyd etmək lazımdır ki,bir çox alimlərin əsərlərində kommersiya fəaliyyəti anlayışı iqtisadi şəraitin öyrənilməsi,proqnozlaşdırılması və proqramlaşdırılması,təsərrüfat əlaqələrinin təşkili göstərilir. Heç bir anlayışda kommersiya işinin təşkilinin yüksək gəlir əldə edilməsinə yönəldilməsi əsas kimi qəbul edilməmişdir. Müasir mərhələdə kommersiya fəaliyyəti anlayışı altında mənfəət əldə etmək üçün həyata keçirilən fəaliyyətin nəzərdə tutulması daha düzgün olardı.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində əsas məqsəd mənfəətin əldə olunmasından ibarətdir. Bu da ancaq alıcıların çoxsaylı tələbatlarının tam həcmdə və keyfiyyətli ödənilməsi zamanı əldə edilə bilər.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin əsas məqsədi :

- əhalinin tələbatını tam,keyfiyyətli və vaxtında təmin edilməsi;
- mənfəətin əldə edilməsi məqsədilə alqı-satqı proseslərin həyata keçirilməsi;
- kommersiya fəaliyyətində ticarət sövdələşmələrinin inkişafı.

Kommersiyanın bütün mərhələlərində qarşılıqlı faydalılı uğurlu əlaqədə olmaq imkanı yaradır. Onun həcmələrinin və perspektiv istiqamətlərinin formalaşmasına öz təsirini göstərir. O,sənaye firmasının iqtisadi vəziyyətini,bazarın dəyişkən vəziyyətini nəzərə almaqla,onun kommersiya uğurunu müəyyən edir.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti bazar iqtisadiyyatı şəraitində müasir ticarət işinin qanuna uyğunluqlarının,meyllərinin aşkar edilməsi və müəyyən edilməsi əsas vəzifə kimi qarşıya qoyulur. Odur ki,əmtəə tədavülü sahəsində

ticarət proseslərinin səmərəli yerinə yetirilməsi üçün bu qanuna uyğunluq və meyllərdən istifadə edir.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin səmərəli həyata keçirilməsi üçün ən əsas məlumatlardan biri də kommersiya sirridir. Kommersiya fəaliyyəti sirri-kommersiya nöqtəyi nəzərdən bilərəkdən, gizli saxlanılan iqtisadi maraqlardan və firmanın istehsal-təsərrüfat, idarəetmə, elmi, elmi-texniki və maliyyə səlahiyyətlərinin müxtəlif tərəfləri və sahələri haqqında məlumatlardan ibarətdir. Kommersiya məlumatların qorunması rəqabət maraqları və firmanın iqtisadi təhlükəsizliyinə qarşı mümkün təhlükələrin olması ilə əsaslandırılır. Müasir dövrdə kommersiya sirri-kommersiya üçün maraq doğurduğu andan sirr hesab olunur. Abş-da, Almaniyada, Çində, Yaponiyada və digər ölkələrdə kommersiya sirrinin qorunması müvafiq olaraq, hüquqi bazaya söykənən sistem vasitəsilə təmin olunur. Bu zaman onun qorunmasının təmin olunmasında əsas rol, dövlət orqanları deyil, firmaların özləri oynayır. Azərbaycan qanunvericiliyində “Kommersiya sirri” anlayışı ilk dəfə olaraq, 1992-ci ildə müəssisələr və sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında qəbul edilmiş qanunda öz əksini tapmışdır.

Müasir dövrdə kommersiya sirrinə aid edilən informasiyalar aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

- Kommersiya fəaliyyətində işgüzar informasiya;

Müasir dövrdə maliyyə məlumatları, məhsul və xidmətlərinin dəyəri, texnologiyası, işgüzar planlar, marketinq haqqında, razılaşmalar, təkliflər və s. formalaşır.

- Müasir mərhələdə texniki informasiya məlumatlarını inkişaf etməkdədir.

Elmi tədqiqat layihələri, informasiya, prosesləri, EHM-in proqram təminatı, patent üçün verilmiş ərizələr və s. genişlənməkdədir.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti vaxtda görülən ardıcıl və paralel əməliyyatları özündə cəmləşdirir. Hər bir biznes əməliyyatları kommersiyanın həlledici amili sayılır. Belə əməliyyatları yerinə yetirmək üçün biznes sövdələşmələri mövcuddur. Onu qeyd etmək lazımdır ki, bu termin ətrafında

qanuna zidd olmayan bütün sazişlər cəmlənir. Kommersiya sövdələşmələri iki və daha çox sahibkarın mənfəət əldə etmək məqsədilə qarşılıqlı şifahi və yazılı sövdələşmələri nəzərdə tutulur. İqtisadi cəhətdən kommersiya fəaliyyəti istehsal olunmuş hazır məhsulların istehsalçılardan istehlakçıya çatdırılmasında əsas vasitəçi rolu oynayır.

Müasir mərhələdə kommersiya fəaliyyəti həm də müəyyən xidmət sahələri ilə əhatə olunmuşdur. Kommersiya fəaliyyəti sahəsində xidmətlər əsasən istehsalla bağlı olub, birgə inkişaf edir. Buna misal olaraq, əmtəələrin yeridilməsi, saxlanılması, çəkilib бүkүlməsi və s. daxildir. Bu xidmətlər yeni istehlak qiyməti yaratmayaraq sadəcə əmtəənin qiymətinə daxil olur.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti həm də müəyyən xidmət sahələri ilə əhatə olunmuşdur. Kommersiya fəaliyyəti sahəsində xidmətlər əsasən istehsalla bağlı olub birgə inkişaf edir. Buna misal olaraq, əmtəələrin yeridilməsi, saxlanılması, çəkilib бүkүlməsi və s. daxildir. Bu xidmətlər yeni istehlak qiyməti yaratmayaraq, sadəcə olaraq əmtəənin qiymətinə daxil edilir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya müəssisə fəaliyyəti olub, kompleks məsələlər həllinə istiqamətlənmiş ticarət işidir. Müasir şəraitdə kommersiya fəaliyyətinin əsas iştirakçısı müəssisələrlə yanaşı istehlakçılardır. Müasir dövrdə sahibkar üçün son sövdələşmə zamanı gəlir əsasdırsa, istehlakçı üçün isə qazanc ona lazım olan keyfiyyətli əmtəə və xidmət sayılır. Istehlakçı passiv alıcı olmayaraq, kommersiya fəaliyyətinin tamhüquqlu iştirakçısı olub, onun tənzimlənməsində iştirak edir. Mal verənlə pərakəndə ticarət həlqəsinin əsas subyekti istehlakçı sayılır. Müasir şəraitində əmtəə bazarında kommersiya fəaliyyəti özünün ümumi qeyri-sabitliyinə və böhran vəziyyətinə baxmayaraq çox fəal inkişaf edir. Bu da topdansa satış effektiv inkişafının dəyişməyən şərtlərindən biri sərbəstliyinin olması, xüsusi kapitalla malik olma, maliyyə imkanlarından istifadə olunmasıdır.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin vacib prinsipi bazarın digər subyektlərinin maraq və hərəkətlərinin maksimal nəzərə alınması pərakəndə ticarətdə olan nəzərə çarpan dəyişmələr ilə təsdiqlənir.

Müasir mərhələdə kommersiya fəaliyyəti özündə bir sıra istiqamətləri inteqrasiya edir:

- kommersiya işində satışın həcmələrinin planlaşdırılması;
- kommersiya fəaliyyətində mənfəətin əldə olunması məqsədilə alınmış malların satışının təşkili;
- müasir dövrdə ticarət sövdələşmələri üçün mal göndərənlər və alıcılar arasında daha alverişli tərəfi-müqabillərinin tapılması;
- kommersiya işində effektivlik elementlərini nəzərə almaqla, malın hərəkəti prosesinin təşkili və onun həyata keçirilməsi;
- kommersiya fəaliyyətində optimal satış və alış qiymətlərinin müəyyən edilməsi;
- müasir bazar dəyişkənliyinin proqnozlaşdırılması və operativ uçotunun həyata keçirilməsi;

Kommersiya fəaliyyətində yerinə yetirilən əməliyyatlar iki növə bölünür: istehsal və kommersiya əməliyyatları. Istehsal əməliyyatları-yüklərin bilavasitə hərəkəti, onların saxlanması, boşaldılması, nəql olunması, çəkilib qablaşdırılması, yenidən sortlara ayrılması, qablanması və s. ilə bağlı olan proseslərdən ibarətdir.

Müasir dövrdə kommersiya əməliyyatı – dəyər formasının dəyişməsi, yəni malların alqı-satqısı ilə bağlı olan proseslərdir. Ticarət əməliyyatları –satıcı və alıcılar arasında kommersiya əlaqələrinin təşkili, təchizat reklamı, əmtəə alıcılıq tələbatının öyrənilməsi, alıcılarla servis xidməti və s. ibarətdir.

Müasir mərhələdə kommersiya fəaliyyəti əməliyyatlarına həm də ticarət mexanizminin normal fəaliyyətinə imkan yaradan prosesdir. Bu proseslərə bazar tədqiqatlarının təşkil olunması, infrastrukturun, əsas rəqiblərin qiymətləndirilməsi və digər çoxsaylı prosesləri də aid etmək lazımdır.

Beləliklə, kommersiya fəaliyyəti – alıcı tələbinin ödənilməsi və mənfəət alınması məqsədilə əmtəənin alqı-satqısının aparılmasına yönəldilən proseslərin və əməliyyatların məcmusuudur. Sənaye müəssisələrində kommersiya fəaliyyəti maddi-texniki təminatla və təchizata bölünür və inkişaf edir.

Müasir dövrdə maddi-texniki təminatın kommersiya fəaliyyəti müəssisələrdə aşağıdakı mərhələlər üzrə həyata keçirilir:

- kommersiya fəaliyyətinin maddi resursların alınması planının tərtib edilməsi
- kommersiya fəaliyyətinin material resurslarının alınmasının təşkili
- kommersiya fəaliyyətində alınmış resurslara görə malgöndərənlərlə hesablaşmanın aparılması
- kommersiya müəssisələrinin tədarük sferasının dəyər təhlili

Müasir mərhələdə təchizat kommersiya fəaliyyəti müəssisəsinin kommersiya fəaliyyətinin mühüm aspektidir. Təchizat-əmtəənin pula çevrilməsi və istehlakçıların tələbatının ödənilməsi məqsədilə istehsal olunan məhsulların realizasiyası prosesidir. Yalnız istehsal edilən məhsulu satıb, mənfəət almaqla müəssisə son məqsədinə çatır, sərf olunan kapital pul forması alır.

Müasir dövrdə müxtəlif ölkələrdə sənaye firmalarının öz üzərinə götürdükləri təchizatla kommersiya əməliyyatlarının payı daim artır. Sənaye firmaları özlərində yaxşı rəqabət mübarizəsində böyük üstünlüyə malik olan təchizat aparatı saxlayır. Bir çox firmaların öz təchizat kanalları olur, firma mağazaları təşkil olunur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənaye müəssisələrində təchizat sisteminin kommersiya fəaliyyəti çox cəhətlidir. Belə ki, o məhsulun həcmi, keyfiyyəti, çeşidi də təchizatının planlaşdırılmasından başlayır, alqı-satqı kontraktlarının bağlanması ilə tamamlanır.

Müasir dövrdə istehsal müəssisəsində hazırlanan məhsulun təchizatı, bazarın tədqiqini, bazarın segmentləşdirilməsini və məqsədli bazarın seçilməsini, əmtəə və kommunikasiya siyasətinin işlənilib hazırlanmasını nəzərdə tutan marketinq tədqiqatlarının aparılmasını tələb edir. Kommersiya fəaliyyətinin qeyd olunan

prosesləri də var. Bu proseslərə müştərilərin alqı-satqı prosesində maraqlarının nəzərə alınması üçün son vaxtlar üstünlük təşkil edən prosesləri də vacibdir. Satışdan əvvəl, satış və satışdan sonrakı servisin əlavə xidmətləri kommersiya uğurlarının əldə olunması üçün müəyyənəddir rol oynayır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya xidmətləri, kommersiya fəaliyyətində mühüm rol oynayır və malların tədavi, onların satışı və satılması ilə bağlı olan xidmətlər toplusunu əks etdirirlər. Müasir şəraitdə əmtəə bazarında malın sahibi ticarət vasitəçisinə malı satmağı və yaxud onu almaq tapşırığını verir. Komissiya müqavilələrində satış şərtləri, malın qiyməti, onun daşınma üsulları, komissiya müddətinin ölçüsü, tərəflərin vəzifələri və məsuliyyəti, onların rekvizitləri öz əksini tapır.

Tərəflər arasında ticarət münasibətləri ticarət-vasitəçi əməliyyatlar əsasında həyata keçirilir. Ticarət-vasitəçi əməliyyatı dedikdə, istehsalçı-ixracatçının tapşırığı ondan asılı olmayan ticarət-vasitəçinin alqı-satqı ilə bağlı yerinə yetirəcəyi əməliyyat nəzərdə tutulur. İqtisadi mənada ticarət vasitəçiliyi kifayət qədər geniş anlayışdır. O, xeyli xidmət dairəsini əhatə edir. Bütün bunlar onu göstərir ki, xüsusi ticarət-vasitəçi firmalar iştirakı ilə həyata keçirilir. Bu firmalar, istehsalçıdan hüquqi və təsərrüfatı cəhətdən asılı olmayan firmalar aiddir. Vasitəçi firmalar tam müstəqil fəaliyyət göstərirlər və ticarət vasitəçi əməliyyatları aparmaq üçün bütün iqtisadi göstəricilərə malikdir. Onların əsas məqsədi ya ixracatçının satın aldığı malın qiyməti arasındakı fərqi, yada malları xarici bazara çıxartdığı üçün alacağı mükafat formalarında mənfəət götürməkdir.

Müasir şəraitində Beynəlxalq Ticarət dövryyəsinin yarından çoxu ticarət-vasitəçilərin payına düşür. Ticarət vasitəçiliyi ABŞ-ın, İngiltərənin, Skandinaviyanın, Yaponiyanın xarici ticarətində daha geniş istifadə olunur. Müasir dövrdə istehsal-ixracatçı ilə ticarət-vasitəçi arasındakı qarşılıqlı münasibətlərin xarakterindən, habelə ticarət-vasitəçinin yerinə yetirdiyi funksiyalarından asılı olaraq ticarət-vasitəçi əməliyyatlarının əsas beş növünü qeyd etmək olar. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

-ticarətdə satışın təşkili üzrə əməliyyatlar. Buraya, kontragentlərin axtarılıb seçilməsi, satıcı-ixracatçı adından onlarla sazişlər bağlanması, malların dəyərinin alıcı tərəfindən ödənilməsi barədə zəmanət verilməsi, reklam tədbirləri kompaniyasının keçirilməsi və bazarın tədqiqi;

-nəqliyyat-ekspeditor əməliyyatları. Buraya malların yüklənməsi və göndərilməsi, habelə yüklərin sığortalanması əməliyyatları aiddir;

-ticarət əməliyyatlarının maliyyələşdirilməsi mənbələri;

-satışdan sonrakı texniki xidmətlərin xüsusiyyətləri;

-bazar haqqında informasiyaların toplanılması və ötürülməsi formaları.

Müasir dövrdə ticarət-vasitəçi qurumunda keyfiyyətli dəyişiklik baş verir. Bunlardan ən vacibi ticarət vasitəçi əməliyyatlarının çox hissəsinin bir neçə iri ticarət şirkətinin əlində cəmləşmişdir. Ticarət şirkətləri əməliyyatların bütün kompleksini, yəni öz hesabına alqı-satqı; əməliyyatların maliyyələşdirilməsi; sığorta etmə; nəql etmə; texniki xidmətlər; istehsal və emal etmə; xarici əməliyyatlar; konkret malların satışına yönəldilən firmalarının işini həyata keçirirlər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarət-vasitəçi qurumda gedən keyfiyyət irəliləyişlərinin mühüm xüsusiyyəti həmin fəaliyyətin mövcud istiqamətlərinin müəyyən edilməsi dairəsinin genişlənməsi və ümumiyyətlə fəaliyyətin fərqləndirilməsidir. Ticarət fəaliyyətin fərqləndirilməsi aşağıdakılar üzrə həyata keçirilir:

-ticarətdə ayrı-ayrı mallar üzrə fərqlənməzlər

-ticarət fəaliyyətin növləri üzrə fərqlənməzlər

-ticarətdə yerinə yetirilən əməliyyatları üzrə fərqlənməzlər

-xidmətlər üzrə fərqlənməzlər

-sazişlərin xarakteri və funksiyaları üzrə fərqlənməzlər

Müasir şəraitində ticarət-vasitəçi firmaları fəaliyyətlərinin mühüm xüsusiyyətlərindən biri də, agent firmaların sənaye inhisarına və bütün növlərdən olan ticarət-vasitəçilərinin maşın və avadanlıqlar istehsalçılarna aid edilməsidir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, Yaponiyanın ticarət inhisarlarının spesifik xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onlar özlərinin qüdrətlik səviyyəsinə, mal tədavülünə hökmranlıq dərəcəsinə, fəaliyyət xarakterinə görə ticarət-vasitəçi firma anlamı çərçivəsindən çox kənara çıxarırlar. Ticarətdə əməliyyatların miqyasına görə bütün dünya şirkətləri arasında Yaponiya ticarət inhisarlarına bərabər olanı yoxdur. Məsələn, ABŞ-ın qabaqcıl ticarət korporiyası olan “Sirk Roberk”-in mal dövriyyəsi Yaponiyanın “Misupisi sedzi” aparıcı korporasiyalarının dövriyyəsindən iki dəfə azdır. Yaponiyanın ən iri ticarət inhisarının payına öz ölkəsinin topdansaş dövriyyəsinin 25 %, ixracat dövriyyəsinin yarıdan çox hissəsi isə birinci altı şirkətin payına düşür. Xarici investisiyalarda Yaponiyanın ticarət inhisarları liderlik edir. Bunun da başlıca səbəbi ondan ibarətdir ki, maliyyə qruplarında onların vəziyyətinin fərqli olaraq mühüm xüsusiyyət təşkil etməsindədir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarət şirkətlərinin onların fəaliyyətlərini maliyyələşdirən xüsusi və dövlət bankları ilə sıx əlaqələri vardır. Bu banklar eyni zamanda ticarət şirkətlərinə müxtəlif xidmətlər də göstərirlər.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti uzun bir inkişaf yolu keçmişdir. Hələ insan cəmiyyətin ilk pillələrində, ictimai əmək bölgüsünün meydana çıxdığı dövrlərdə ticarətin ilk rüşeymləri özünü göstərmişdir. Belə bir şəraitdə istehsal vasitələri üzərində kollektiv mülkiyyət hökm sürdüyündən, yeyinti məhsulları icma üzvləri arasında bərabər paylanırdı. Lakin, paltar, geyim, bəzək əşyaları, silah növləri hər kəsin şəxs mülkiyyəti sayılır. Bu dövrdə məhsuldar qüvvələr inkişaf etdikcə, əmək alətləri təkmilləşir, icmalar içərisində əmək bölgüsü gedir, tayfalar yaranır və əmlak bərabərsizliyi meydana çıxırdı.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsalın artması nəticəsində müxtəlif tayfalar istehsal etdikləri müxtəlif artıq məhsulları mübadilə etmək yolu ilə lazım olan ehtiyacı olan məhsulla dəyişdirirdilər. Mübadilə genişlənərək dövlətlər arasında mal mübadiləsi və sonrakı illərdə,pul sikkələri yarandığı dövrlərdə ticarətə çevrilmişdir.

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti əmtəə-pul münasibətlərinin və ticarət vasitəçilərinin meydana çıxdığı zamanlardan mövcuddur. Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqeyi hələ qədim zamanlardan dünyanın hər yerindən tacirləri cəlb edirdi. Azərbaycan ərazisində mövcud olmuş qədim dövlətlər nəinki daxili ticarət,həm də qonşu dövlətlərlə xarici ticarəti də inkişaf etdirmişdilər. Qərblə şərq arasında bir pəncərə olan Azərbaycandan iri ticarət və karvan yolları keçirdi. Bunun nəticəsi olaraq,Azərbaycanda ticarət sürətlə inkişaf edir,böyük milli tacirlər ordusu formalaşmışdır. Tacirlər yarandıqdan sonra onlar istehsalçılar ilə istehlakçılar arasında əmtəə tədavülü sahəsində vasitəçilik etməyə başladılar. Onların yerli,milli bazarların yaranmasında rolu olmuşdur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənayenin,xüsusən də neft sənayesinin inkişafı bir çox xarici sahibkarların bura gəlməsinə,iri sərmayələr yatırmasına səbəb olmuşdur. Bu da öz növbəsində ticarətin inkişafına və kommersiya fəaliyyətinin genişlənməsinə təkan vermişdir.

Müasir şəraitində kommersiya azad rəqabətin mövcud olduğu bazar mühitində hər bir təsərrüfat vahidinin iqtisadi azadlığı və bərabərliyi şəraitində inkişaf etməklə Sovet ticarət sistemindən köklü surətdə fərqlənir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal müəssisləri də ticarətlə hesablaşaraq ,nə istehsal edilir,onu satmaq,nə satılırsa,onu istehsal etmək prinsipi ilə fəaliyyət göstərirlər. Yeni metodlarınların,qayda və prinsiplərin ticarətə tətbiqi müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin və bununla da ölkə iqtisadiyyatının inkişafını daha da sürətləndirmişdir.

1.2 Ticarət müəssisələrinin inkişaf tendensiyalarında qabaqcıl texnologiyanın rolu.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarət səviyyələrinin müəyyən edilməsinin reallığa tətbiq edilməsi idarəetmə texnologiyasının bütün elementlərinin, gücləndirilməsi zərurəti ilə əvvəlcədən müəyyən olunur. Bu da ticarət müəssisələrinin təsərrüfat əlaqələrinin sıxlaşması problemi ilə ifadə olunur. İqtisadiyyatın hər bir səviyyəsində - bu münasibət öz spesifik vasitələri, metod və formaları ilə reallaşır. Vahid kriteriya – ticarətin təsərrüfat əlaqələrinin sıxlığı durmalıdır.

Müasir idarəetmə məsələləri dairəsinin həll edildiyi yanaşı, idarəetmə səviyyələrinə uyğun olaraq, əlaqələrin təsnifləşdirilməsi də müəyyən əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, qloballaşma şəraitində dünya təsərrüfatı ən yüksək səviyyəni əhatə edir. Bu halda mikro təsərrüfat əlaqələrinin sıxlaşmasından gedir. İkinci, səviyyə hər şeydən əvvəl uzunmüddətli strateji məqsədlərin təyin edilməsi və müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir. Üçüncü, səviyyə - sahə, nazirliklərin və müxtəlif istiqamətli idarələrin sahə əlaqəleridir. Dördüncü, əlaqə səviyyəsi istehsalın üç başlıca amilinin zaman və məkanca uyğunluğunun rəngarəng formaları ilə xarakterizə olunur. Onlar müəssisə, firma və səhmdar cəmiyyətlərinin işini əks etdirir.

Bazarın idarə edilməsi texnologiyasının səviyyələrinin nisbətinin diaqnostikası bütün səviyyələrində təsərrüfat əlaqələrinin təzahür formalarının və onların sıxlığına nail olunması üsullarının məcmusuna əsaslanır.

Müasir dövrdə bazarın idarə edilməsi texnologiyasının mikro və makro səviyyələrinin nisbəti, hər şeydən əvvəl, müəssisənin mülkiyyət formasından və xüsusi çəkisindən asılıdır. Belə bir nəticə ondan ibarətdir ki, dövlət və bələdiyyə müəssisələrinin payı nə qədər yüksəkdirsə, makro səviyyəsi bir o qədər yuxarıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində problemləri hər zaman təsərrüfat işlərinə real yanaşmaya səy göstərilir. Onların təşəbbüskarlıqları üçün əlverişli olmayan ehkamlardan uzaqlaşma yollarını axtaracaqdır. Bunun üçün minimum yeni iqtisadi biliklərin təmin edilməsi zəruridir. İqtisadi təhsilin tərkibinin dəyişdirilməsi və metodlarının yaxşılaşdırılması mühümdür. İqtisadi təhsilin yeni nəzəri istiqamətləri müəyyən olunmalı, situasiya məsələləri, həm gələcək mütəxəssislər yenidən hazırlanmalıdır. Menecerlərin hazırlanması fəaliyyətini təkcə bazar münasibətlərinin formalaşması mərhələsində deyil həm də gələcək perspektivdə ,xüsusilə bazarın öyrənilməsi,müqavilə bağlamaq bacarıqları,bazarın idarə edilməsi texnologiyası sahəsində xüsusi biliklərlə silahlandırılması sahəsində həyata keçirmək lazımdır.

Müasir dövrdə menecer effektiv idarə texnologiyasına nail olmaq üçün təcrübəyə malik olmalıdır. Təcrübəyə və xüsusi idarəetmə hazırlığına malik olmayan rəhbər təşəbbüskarlıq göstərməyəcək və riskə getməyəcəkdir. Mütəxəssislərin bilikləri bazarın idarə edilməsinin bütün texnologiyasına əsaslanan praktiki reallaşdırmaya istiqamətlənməlidir.

Hazırda Almaniyanın iri firmalarında kadr siyasəti xüsusi xidmətlər tərəfindən həyata keçirilir. Bu xidmətlərin işçilərinin sayı məşğul olanların sayından asılıdır. Belə ki,130-150 işçiyə bir əməkdaş düşür. Firmaların böyük əksəriyyətində kadr xidmətləri təkcə kadr məsələləri ilə məşğul olmur,onların öhdəliklərinə bir sıra iqtisadi funksiyalar da daxildir. Məsəl üçün,əmək haqqının hesablanması. Son dövrlər müəssislərdə kadr xidmət aparatı işçilərinin sayının artırılması tendensiyası müşahidə olunmaqdadır.

İdarəetmə kadrlarının peşəkar hazırlıqlarının təkmilləşdirilməsi Almaniyanın bir çox firmalarda fasiləsiz baş verən bazarın idarə edilməsi texnologiyasını öyrənməyə xidmət edir.

Xarici mütəxəssislərin fikrincə,ali məktəbdə əldə edilmiş biliklər işin ilk 3-5 ili üçün zəruridir. Bundan sonra yenidən hazırlıq tələb olunur. İqtisadçıların verdiyi məlumatlara görə,işçilərin ixtisaslaşması 10 ildən sonra mənəvi cəhətdən

aşınır. Yenidən hazırlığın zəruriliyi demək olar ki, dünyanın bütün inkişaf etmiş ölkələrində, firmalarda xüsusi bölmələrin yaradılmasını tələb edir. Buraya tədris mərkəzləri, kadr siyasəti, yeni tədris avadanlıqlarının işlənilib hazırlanması və təlimin iqtisadi effektivliyinin təhlili üzrə şöbələri daxildir. Yaponiyada müəssisələrin 80 %-i mütəxəssislərin peşəkar hazırlığı sisteminə malikdir. Amerikan kompaniyalarının heyətin yenidən hazırlanması və ixtisasının artırılması üzrə xərcləri dövlət dotasiyaları nəzərə alınmadan mənfəətin 5 %-ni təşkil edir.

Müasir dövrdə yeni idarəetmə texnologiyalarının tətbiqi, bir çox ölkələrdə firma rəhbərləri və mütəxəssislərinin heyətində narahatlığa səbəb olur. Bu, istehsal və ticarətin təşkilində mühüm dəyişikliklərə gətirib çıxarır. Aşağı səviyyənin idarəçiləri işçilər – operatorlar üzərində üstünlüklərini itirəcəklərindən qorxurlar. Burada kadr xidmətləri bu psixoloji baryeri dəf etməkdə yardımçı olmalı, heyət arasında izahedici işi həyata keçirməli, heyətin təlimləndirilməsini təşkil etməlidirlər.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, Fransa müəssisələrində kadrların yenidən hazırlanması və ixtisaslarının artırılması, bir qayda olaraq, aşağıdakı şəkildə müəyyən edilir: firmanın ümumi strategiyası ilə əlaqələndirilən təlimin məqsəd və vəzifələri dəqiq müəyyən edilməsi; bölmə rəhbərlərinə təlimlərin verilməsi təşkil olunması; təlim praktiki xarakter daşıyır; təlim operativ şəkildə həyata keçirilir, onun nəticələri dövrü olaraq, qiymətləndirilir. Təlimin davamiyyət müddəti ilə müxtəlif kateqoriyalardan olan heyətin təlimlə əhatə olunması dərəcəsi arasında balansın qurulması. Hazırkı dövrdə ABŞ firmalarının əksəriyyəti kadr bölmələrini “insan resursları” kimi adlandırmışlar. Kadrların hazırlanması xidmətləri insan resurslarının inkişafı şöbəsi kimi adlandırılmışdır. Müvafiq olaraq, kadr xidmətlərinin funksiyaları da dəyişmişdir. Belə ki, ABŞ-da iş vaxtı fondunun kadr xidmətlərinin əsas funksiyaları aşağıdakı faizləri əhatə edir: - 17 %; uçot və kargüzərlik – 10 %; heyətin idarə edilməsi proqramları – 24 %; əmək haqqının təşkili – 16 %; heyətə təlimlərin verilməsi – 10 %;

məşğulluğun bərabər şərtləri proqramları – 5 % - i növbətçilik xidmətləri və məxfiliyi təmin etmişdir.

Bu məlumatlar əyani şəkildə onu göstərir ki, iş vaxtının dörddə biri heyətin idarə edilməsinin müxtəlif proqramlarının işlənilib hazırlanmasına və reallaşdırılmasına, onda bir hissəsi fasiləsiz təhsil proqramlarının işlənilib hazırlanması, təşkili və həyata keçirilməsinə sərf olunur. Əmək haqqının təşkili isə kadr xidmətlərinin ayrılmaz funksiyalarından biridir.

Müasir dövrdə amerikan korporasiyalarında kadr xidməti işçilərinin sayı ilə ümumi məşğul olanların sayı arasında 1:100 nisbəti formalaşmışdır. Ancaq son onillikdə kadr xidmətinin keyfiyyət tərkibi dəyişmişdir. Hər on işçidən 6-7-si texniki icraçı deyil, mütəxəssisdir. Eyni zamanda iri korporasiyalarda mütəxəssislərin 60 %-indən çoxu magistr diplomlarına malikdirlər ki, bu da yüksək hazırlıq dərəcəsindən xəbər verir.

Müasir dövrün ən mühüm yenilikləri arasında “insan resursları” üzrə xərclərin ölçülməsi və onların effektivliyi ; kadr xidmətlərinin kompüterləşdirilməsi ; rəhbər və mütəxəssislərin əməyinin nəticələrinin qiymətləndirilməsi əsasında ödəniş formalarının inkişaf etdirilməsi ; idarəetmənin optimal təşkilati strukturlarının axtarışı ; ehtiyatda olan kadrlarla işin yeni forma və metodlarının işlənilib hazırlanması və rəhbər ştatının komplektləşdirilməsini qeyd etmək olar.

Amerikan mütəxəssisləri tərəfindən kadrlarla, idarəetmə heyəti ilə iş zamanı istifadə olunan əsas amillər aşağıdakılardır : idarəetmə vəzifəsinə namizədlərin diqqətlə seçilməsi ; heyətin sistematik olaraq qiymətləndirilməsi ; fasiləsiz təlimlər, peşəkar hazırlıq və treninqlər ; ixtisaslaşmış firmalar şəbəkəsinin inkişaf etdirilməsi ; rəhbərlərin real məsuliyyətlərinin gücləndirilməsi.

Müasir mərhələdə ticarət heyətinin hazırlığına gəldikdə isə, onun saxlanması üzrə xərclərin artması bir çox kompaniyalar üçün çox həssas məsələdir. Belə ki, şəxsi satışlar zamanı istehlakçılarla bir təmasına orta qiyməti 250-502 dollardır. Beləliklə, firmalararası kooperasiyalarında bir transformasiyanın hazırlanmasına 1-2 min dollar pul tələb olunur.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, ABŞ-da kadr siyasəti inkişaf etmiş tədqiqat bazasına,məsləhət yardımına və inkişaf etmiş idarəetmə infrastrukturuna əsaslanır. Bir qayda olaraq,onların strategiyası,heyətin idarə edilməsi sisteminin formalaşdırılması amerikan korporasiyalarının ali rəhbərliyi tərəfindən həyata keçirilir. Kadr xidməti amerikan firmalarında ən mərkəzləşmiş idarələrdən biridir. Onun mərkəzləşmə dərəcəsi yalnız maliyyə və hüquq funksiyalarından geri qalır.

Yaponiya isə ikinci dünya müharibəsindən sonra yapon iqtisadiyyatının güclü hərəkətverici qüvvəsi məhz kadrların hazırlanmasının yapon sistemi olmuşdur,bu isə firma daxili təlimlərdir. Firma daxili təlimin uğurluluğunun əsas səbəblərinə aşağıdakıları aid etmək olar : yaponların məktəbdə əldə edilən fundamental biliklərə əsaslanan yüksək təhsil səviyyəsi ; ənənəvi “daxili hazırlıq” təcrübəsi,özünə zəruri hesab etdiyi kadrları hazırlayır ; müəssisələrdə kadrların idarə edilməsi sistemi,iş zamanı təlimin yüksək tərbiyələndirici effekti ; firmadaxili təlimin inkişafına istiqamətlənmiş dövlət siyasəti.

Firmanın əməkdaşlarının qabiliyyətlərinin reallaşdırılmasını,tələbin dəyişməsinə sürətlə reaksiya verə bilmək inkişafına imkan verən insan resurslarının idarə edilməsi sisteminin işlənilib hazırlanması,istehlakçıların tələbatlarını təmin etmək arzusu ilə müəyyən olunur. İqtisadi təhsilin keyfiyyətinin artırılması,müəssisələrdə iqtisadi idarəetmənin və idarəetmə texnologiyasının rolunun güclənməsinə gətirib çıxarır.

Müəssisənin və ya biznesin idarə edilməsi üzrə qərar qəbulu metodları və texnologiyaları idarəetmə imkanlarından,habelə müəssisə və ya biznesin fəaliyyət dərəcəsindən asılıdır. Müəssisənin səmərəli fəaliyyət göstərdiyi şəraitdə məhsul istehsalı və satışının əsas amilləri müəssisənin idarə edilməsi üzrə kifayət qədər sadə metod və texnologiyalar tətbiq etməyə imkan yaradır. Bir qayda olaraq,istehsal və satış prosesinin dinamikasının uçotu,müəssisənin istehsal resursları tərəfindən məhsul buraxılışı və reallaşdırılması həcmiəri arasında mövcud əks əlaqələrin xüsusiyyətləri nəzərə alınmır və həyata keçirilir.

Müasir dövrdə müəssisənin idarə edilməsinin həll olunma tezliyinə görə əhəmiyyətli dərəcədə bir-birindən fərqlənən iki qrup məsələni fərqləndirmək lazımdır : operativ idarəetmə məsələləri, bu məsələlər üzrə, hər bir idarəetmə dövründə qərar qəbul etmək lazım gəlir ; böyük təkrarlanma dövrünə malik məsələlər (il, bir neçə il).

Qısa davamiyyət dövrünə operativ idarəetməyə : gələcək dövrdə buraxılmalı olan məhsul çeşidinin seçilməsi ; buraxılan məhsul həcmnin əsaslandırılması ; hər bir məhsul növü üzrə topdan satış qiymətinin təyin edilməsi ; müəyyən həcmdə məhsul buraxılışın təmin edən zəruri maliyyə vəsaitlərinin əsaslandırılması ; gözlənilən mənfəətin müəyyən edilməsi məsələləri aiddir.

Böyük firmaların dövrünə malik : məhsulun keyfiyyətinin optimallaşdırılması ; istehsalın rəşional şəkildə kooperasiyalaşdırılması və ixtisaslaşdırılması ; müəssisə tərəfindən buraxılan məhsulların yeniləndirilməsi ; istehsal avadanlıqları və texnologiyalarının yenilənməsi ; investisiyaların ən məqsədyönlü istiqamətlərinin əsaslandırılması və investisiya layihələrinin reallaşdırılması ; alıcılara xidmət göstərən texniki servisin istiqamət və miqyaslarının seçilməsi məsələləri aiddir.

Əgər böyük firmaların dövrünə malik məsələlərin həlli ixtisaslaşmış təşkilatları cəlb etmək və ya onlardan zəruri məsləhətləşmələrin əldə edilməsi mümkündürsə, onda operativ idarəetmə məsələləri müəssisənin öz rəhbərliyi və idarəetmə heyəti tərəfindən yüksək operativlik və əsaslandırılma dərəcəsi ilə həll edilməlidir. Müasir dövrdə müəssisənin operativ idarə edilməsi məsələlərindəki səhvlər qısa müddət ərzində müəssisənin qeyri-dayanıqlı şəkildə fəaliyyətinə gətirib çıxara bilər ki, bu da idarənin itirilməsi ilə nəticələnə bilər.

Qərarların yüksək keyfiyyətini təmin etmək üçün müəssisənin rəhbərliyi və işçi heyəti idarəetmənin əsas məsələlərinin həlli üçün xüsusi alətə və onun tətbiqi texnologiyasına ehtiyac duyulur. Odur ki, bu məsələlərə aiddir : qərarların ən məqsədəuyğun variantlarının axtarılması və onlardan ən yaxşısının seçilməsi ; qəbul olunmuş qərarların reallaşdırılması üçün tədbirlər

kompleksinin müəyyən edilməsi ; idarəetmənin əsas məsələlərinin həllinin cari vəziyyətinə nəzarət ; müəssisənin fəaliyyətinin cari vəziyyətinin dəyişməsi tendensiyası üzrə onun gələcək vəziyyətinin proqnozlaşdırılması.

Müasir mərhələdə müəssisənin operativ iqtisadi idarə edilməsinin analitik aləti əks əlaqələrin (məhsul buraxılışı həcmi-xərclərin səviyyəsi-qiymət-mənfəət) metod və modellərdir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadi idarəetmənin mahiyyəti göstərilən iqtisadi elementlərin zəruri qarşılıqlı uyğunluğunun təmin edilməsidir. Bu uyğunluğun təmin edilməsi üçün aşağıdakı idarəetmə strategiyaları tətbiq edilməlidir : müəssisə xərclərinin azaldılması ; istehsalı üzrə dəyişən xərclərin azaldılması ; məhsul buraxılışı həcmi artırılması (və ya azaldılması) ; məhsulun reallaşdırılmasının topdan qiymətinin artırılması (azaldılması) və kreditlərin cəlb edilməsi.

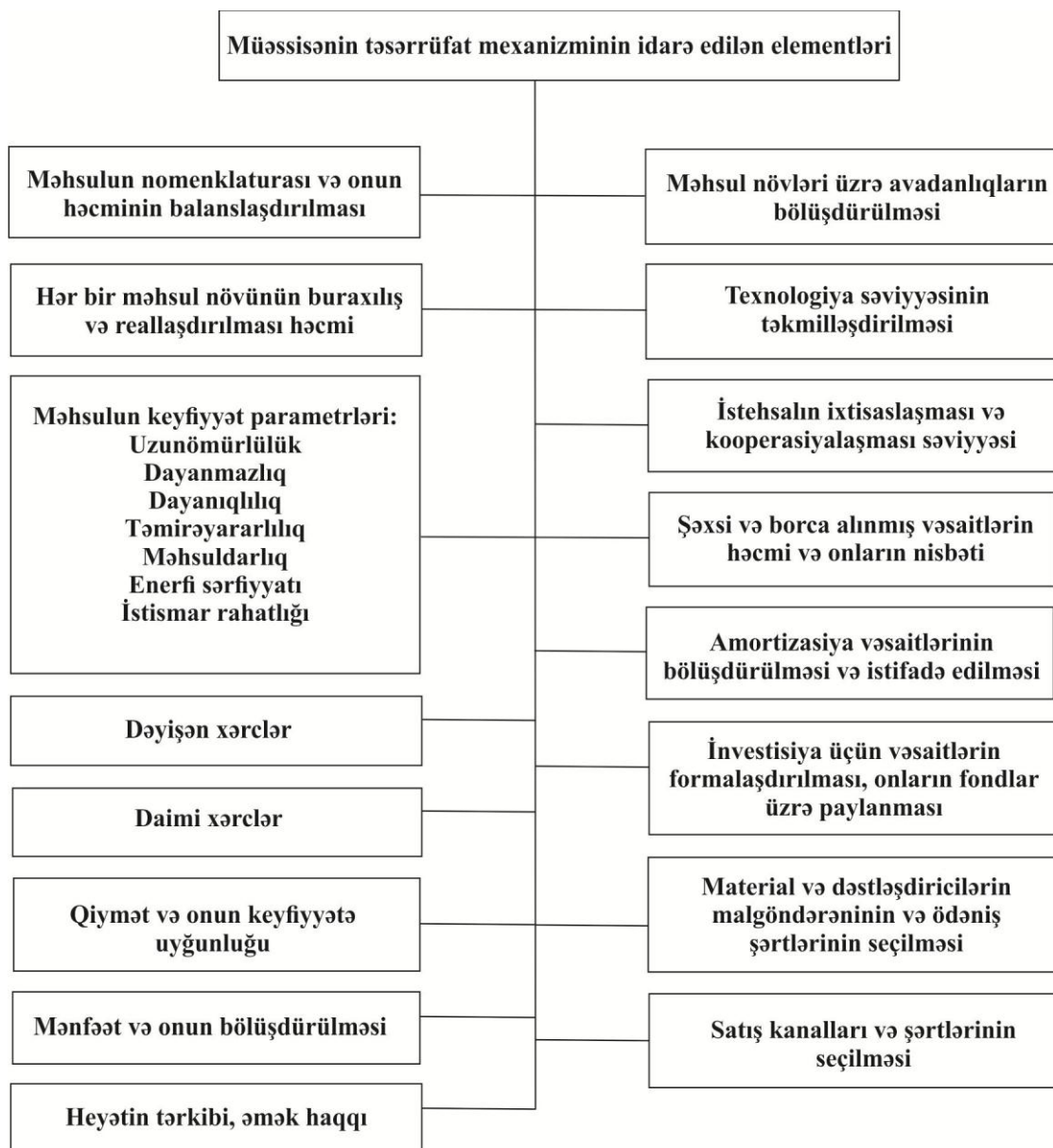
Müəssisənin idarə edilməsi üzrə qərar qəbulu modellərinin qrafiki formalarının tətbiqi daha məqsəduyğundur. Qərarların hazırlanmasının qrafiki formasının əsas üstünlüklərinə aiddir : iqtisadi elementlər arasındakı qarşılıqlı əlaqələrin əyaniliyi ; təhlilin, qiymətləndirmənin və daha səmərəli qərar variantının seçilməsi ; qərar variantlarının seçilməsinə daha az vaxt sərfi ; ən yaxşı qərarların əldə edilməsi üçün hərəkət istiqamətlərini müqayisə etmək ; qəbul olunan qərarlar üzrə mövcud məhdudiyyətləri qrafiki cəhətdən əks etdirmək imkanı. Müəssisənin idarə edilməsi üçün ən yaxşı qərarların hazırlanması və seçilməsi, onların təhlilinin həyata keçirilməsi zamanı məhdudiyyətlərin uçotunu və səmərəli idarəetmə qərarının tapılması əks etdirilməlidir. İdarəetmə qərarlarının seçilməsi texnologiyasının iqtisadi qərarların əsaslandırılması və qəbul edilməsi üzrə tövsiyə olunan metod və modellərin mənimsənilməsi və tətbiq edilməsi zəruridir.

Müəssisənin kifayət qədər gəlirlilik səviyyəsinə nail olması ümumi halda idarəetmə metodunun və təsərrüfat fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının seçilmiş yolunun mükəmməlliyindən asılıdır.

Beləliklə, müasir dövrdə iqtisadiyyatın müəssislərin və idarə edilməsinin ən təkmil metodlarına yiyələnmək, iqtisadi effektivliyin artırılmasının ən əsas istiqamətlərindən biridir. Müəssisə və sahənin təsərrüfat mexanizmini mühüm halqaları kimi , onların idarə edilməsi sistemləri, təsərrüfat fəaliyyətinin planlaşdırılması, maliyyələşdirilməsi, kreditləşməsi və iqtisadi qiymətləndirilməsi, onların fəaliyyətlərinin iqtisadi cəhətdən stimullaşdırılmasıdır.

Təsərrüfat mexanizmi sistemlərində aparıcı müəssisə fəaliyyətinin üç parametrlə üzrə əsaslandırılmış qərarların qəbul oluması aparıcı rol oynayır. Bu isə müəssisənin idarəetmə orqanları tərəfindən dəyişdirilə bilər. Digər elementlər dəyişikliklərə daha az-az məruz qala bilər, çünki onlar böyük kapital qoyuluşları tələb edirlər.

Aparılmış təhlil onu göstərdi ki , müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin müəssisənin idarəetmə vasitəsilə tənzimləyə bilər. (bax : cədvəl 1.1)



Cədvəl (1.1) Müəssisənin idarə olunan elementlərinin əsas tərkibi

Müasir dövrdə müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin idarə olunan elementlərinin nəzərdən keçirilən əksəriyyəti kəmiyyət qiymətləridir. Onların müəyyən edilməsi üçün qərarların müxtəlif variantlarının müqayisəli hesablanması aparılmalı və onlardan ən yaxşıları seçilməlidir. Müəssisə rəhbərliyi və onun idarəetmə heyəti təsərrüfat mexanizminin idarə olunan elementlərinin və onların praktiki reallaşdırılmasının keyfiyyət qiymətləndirməsinin həyata keçirilməsi üzrə ən elverişli metodlara sahib olmalıdır. İdarəetmə texnologiyasına, onun fəaliyyət şəraitində müəssisənin idarə edilməsi üzrə metod və modellərinin irəli sürdüyü tələblər (bax : cədvəl 1.2)

Müəssisənin iqtisadi idarə edilməsi texnologiyası	
Texnologiyanın vəzifələri	Texnologiyanın alətləri
Müəssisələrin fəaliyyət nəticələri haqqında məlumatlarla vaxtında xəbərdar etmək	Təsərrüfat mexanizmi elementlərinin iqtisadi qarşılıqlı əlaqələrinin qrafiki və analitik modelləri
İstehsalın zərərsizliyi və mənfəətliliyinin təmin edilməsi	Zərərsizliyin idarə edilməsi üçün qrafiki model
Zərərsizliyin, mənfəətliliyin və özünümaliyyələşdirmənin təmin edilməsi üçün daimi və dəyişən xərclərin səviyyələrinin balanslaşdırılması	İstehsalın mənfəətliliyinin idarə edilməsi üçün qrafiki model
İqtisadi qərarlarının hərvaxtlılığının və əsaslılığının təmin edilməsi	Tənzimlənməyən parametrlər diapazonu üzrə idarə olunan elementlərin tələb olunan kəmiyyətlərinin qiymətləndirilməsinin qrafiki və analitik modelləri
Qəbul olunan qərarların nəticələrinin proqnozlaşdırılması	İdarəetmə heyəti üçün avtomatlaşdırılmış yerlərin yaradılması
İstehsalın maliyyələşdirilməsinin rəasional üsullarının formalaşdırılması	Tələb olunan maliyyə resurslarının müəyyən edilməsi metodları

Cədvəl (1.2) Müəssisənin dayanıqlı fəaliyyət göstərməsi şəraitində onun idarə edilməsi.

FƏSİL II . MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAFI VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ .

2.1. Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin mövcud durumu və onun təhlili.

İstənilən hər bir müəssisə və sahibkarın müasir kommersiya fəaliyyəti malların alqı-satqısı ticarət müqavilələrinin bağlanması tərəflər üçün malların satıcıdan alıcıya çatdırılması,sığortası,gömrük rüsumlarının ödənməsi,mallara lisenziyanın alınması və s. ilə əlaqədar çoxsaylı öhdəlikləri öz aralarında dəqiq bölməlidirlər. Alıcı və satıcı hər şeydən əvvəl,onların alqı-satqı müqavilələrinə uyğun olaraq,razılaşmanın uğurla başa çatmasında maraqlıdırlar.

Onu qeyd etmək lazımdır ki,müqavilə bağlandığı andan qüvvəyə minir və tərəflər üçün məcburi sayılır. Müqavilə o zaman bağlanmış sayılır ki,tərəflər müqavilənin bütün mövcud şərtləri ilə razılığa gəlsinlər.

Müasir dövrdə müqavilə bağlanmaq üçün maraqlı tərəflərdən biri,yəni satıcı digərinə,yəni alıcıya sorğu göndərir. Sorğu kommersiya sənədi olub,əmtəələr haqqında geniş informasiya verilməsi və əmtəə göndərişi barədə təkliflər verilməsi xahişi ilə alıcının satıcıya,idxalçının ixracatçıya müraciətində ibarətdir. Əsas məsələlərdən biri də sorğuda əmtəənin adı və partnyorun onu hansı şərtlərlə almaq istəyi,əmtəənin kəmiyyəti və keyfiyyəti,modeli,markası,qiyməti,göndəriş müddətləri,ödənc şərtləri göstərilir. Sorğular əsasən saziş bağlanmasına hazırlıq zamanı istifadə olunur.

Müasir mərhələdə əgər satıcı alıcıya onu maraqlandıran əmtəəni tez bir zamanda göndərə bilmirsə,onda o,alıcıya məktub göndərərək,lazımı informasiya ilə məlumatlandırır:

- məlumatın nəzərdən keçirmək üçün şirkət tərəfindən qəbul edilməsi ;
- alıcını maraqlandıran əmtəənin göndərilməsi mümkünlüyünün şirkət tərəfindən aydınlaşdırılması ;

- alıcını maraqlandıran əmtənin göndərilməsinə şirkət tərəfindən etiraz cavabı ;

- göndəriş şərtlərinin şirkət tərəfindən dəyişdirilməsi (əmtənin sayının,model,marka,qiymət,ödənc,müddət və göndəriş şərtlərinin və s. dəyişdirilməsi) ;

- alıcını maraqlandıran əmtənin göndərilməsi təkliflərinin verilməsi barədə vədlər aiddir.

Onu qeyd etmək lazımdır ki,əgər satıcı alıcının xahişini həmin andaca ödəyə bilərsə və onu maraqlandıran əmtəni göndərə bilərsə,bu halda satıcı alıcıya təklif,yəni konkret şərtlər göstərməklə saziş bağlamaq istəyi haqda bəyanat göndərir.

Müasir dövrdə müqavilə tərəflərindən birinin bilavasitə digərinə (kommersiya sazişi bağlamaq haqda formal təklif olub,razılaşmanın bütün əsas şərtlərini özündə əks etdirir: çeşid,kəmiyyət,keyfiyyət,model,marka,qiymət,müddətlər,tərəflərin məsuliyyəti və s.) göndərməsi,digər tərəfin onu təklifin qəbul edilir və bu andan hüquqi qüvvəyə minir.

Müasir şəraitdə əgər tərəflər hansısa şərtə razılığa gəlməyiblərsə,bununla belə müqavilənin bağlanmasında maraqlıdırlarsa,onda ,onlar arasında sövdələşmənin bütün əsas elementləri üzrə tam razılaşma əldə olunana qədər yazışma və ya danışıqlar davam etdirilir.

Onu qeyd etmək lazımdır ki,bütün kommersiya müqavilələri hüquqi bazaya malikdir. Onlar vətəndaş qanunvericiliyi əsasında,həmçinin kommersiya müqaviləsi bağlayan tərəflər arasında əlaqələri tənzimləyən normativ-hüquqi aktlar əsasında bağlanır.

Məlum olduğu kimi, Azərbaycanın kommersantları üçün alqı-satqı müqavilələrinin həyata keçirilməsini normativ bazası Azərbaycan Respublikası Mülki Məcəlləsidir.

Müasir dövrdə alqı-satqı müqaviləsinə görə tərəflərdən biri əşyanı digər tərəfin (alıcının) mülkiyyətinə verməyi, alıcı ilə bu əşyanı qəbul edərək onun əvəzinə müəyyən pul məbləğinin (qiymətinin) verilməsini öz öhdəsinə götürür.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində alqı-satqı müqavilələri üzrə əmtəə kimi dövriyyəsi məhdudlaşdırılmayan, yaxud dövriyyədən çıxarılmayan istənilən əşya iştirak edə bilər. Müqavilə yalnız müqavilə bağlanan anda satıcıya məxsus olan, eləcə də, gələcəkdə satıcı tərəfindən yaradıla və ya əldə oluna biləcək əmtəənin alqı-satqısı üzrə bağlana bilər.

Mühüm məsələlərdən biridə əgər alqı-satqı müqaviləsində ayrı qayda nəzərdə tutulmayıbsa, satıcı əşyanı alıcıya verməklə bir vaxtda onun ləvazimatını, habelə əşyaya aid olan, qanunvericilikdə və ya müqavilədə nəzərdə tutulan sənədləri də verməyə borcludur.

Hazırkı şəraitdə alqı-satqı müqaviləsi qəti müəyyənləşdirilmiş müddətədək icra edilmək şərti ilə bağlanmış sayılır. Satıcı müqavilədə müəyyənləşdirilmiş müddət başa çatanaqədək və ya müddət keçdikdən sonra həmin müqaviləni yalnız alıcının razılığı ilə icra edə bilər.

Müasir dövrdə alqı-satqı müqaviləsində satıcının əşyanı çatdırmaq və ya olduğu yerdə alıcıya vermək vəzifəsinin irəli gəlmədiyi hallarda satıcının əşyanı alıcıya vermək vəzifəsi, əgər müqavilədə ayrı qayda nəzərdə tutulmayıbsa, əşyanı alıcıya çatdırmaq üçün daşıyıcıya və ya rabitə təşkilatına təhvil verildiyi məqamda icra edilmiş sayılır. Alqı-satqı müqaviləsinə görə satıcı alıcıya tərəflərin razılaşdıqları çeşiddə əşya verməyə borcludur.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, əgər tərəflərdən hər hansı biri digər tərəfin müqavilənin şərtlərini pozduğunu yəqin edərsə, həmin an qanunvericiliyə uyğun iddia (reklamasiya) qaldıra bilər. Reklamasiya – kommersiya sənədi olub, kontrakt (müqavilə) üzrə üzərinə götürdüyü öhdəlikləri pozan tərəfə qarşı iddiadan və itkiləri ödəmək tələbindən ibarətdir. Reklamsiyalar (iddia) əmtəənin sayına, keyfiyyətin, göndərilmə müddətlərinə, qablaşdırmaya,

markalanmaya, ödəməyə və müqavilənin (kontraktın) şərtlərinə münasibətdə təqdim oluna bilər.

Müasir mərhələdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili zamanı bütün risk qruplarının azaldılmasına yanaşmalardan biri kimi, yenidən təşkil olunmuş müəssisənin yeni bölmələrinin düzgün və əsaslandırılmış şəkildə fəaliyyət göstərməsi çıxış edə bilər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində təcrübədən yaxşı məlumdur ki, sahibkarlıq fəaliyyəti subyektləri, həm şəhəryaradan müəssisənin fəaliyyətdə olan bölmələri əsasında, həm də istifadə olunmayan və azad edilmiş əmlak əsasında formalaşır. Birinci halda yenidən qurulma effektinin qiymətləndirilməsi metodu tətbiq edilə bilər, ikinci halda isə, mümkün effektin kifayət qədər dəqiqliklə qiymətləndirilməsi yalnız hər bir konkret müəssisə üçün işlənilib hazırlanmış biznes-planlar əsasında həyata keçirilə bilər.

Hazırkı şəraitdə sosial-iqtisadi nəticələrinin qiymətləndirilməsinin bəzi prinsiplərini aşkar edək. İri müəssisənin bölmələrinin müstəqil firmalara bölünməsi, o zaman iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğundur. Hər bir yenidən formalaşdırılmış subyektin, habelə iri müəssisənin sosial-iqtisadi xüsusiyyətləri onların vahid təşkilati struktur halında fəaliyyət göstərdikləri dövrdə müqayisədə yaxşılaşdığını düşünməyə hər bir əsas olsun.

Müasir dövrdə texniki-iqtisadi xarakteristikaların yaxşılaşmasına aşağıdakı amillər yol açır:

- Maddi və əmək resurslarının konkret fəaliyyət növü üzərində mərkəzləşdirilməsi zamanı əldə edilən qənaət.
- Müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinin və onun kollektivinin hüquqi rəsmiləşdirilmiş hüquq və öhdəliklərin məcmusu kimi mülkiyyət münasibətlərində yaranan gəlirlərinin daha sıx əlaqəsi.

Müasir dövrdə yenidən formalaşdırılmış kiçik müəssisələr üçün əlavə gəlirlər mənbəyi kimi aşağıdakılar kimi çıxış edə bilər : daha yüksək gəlirliliyə malik olan əldə edilmiş əmlakdan təsərrüfat fəaliyyətində istifadə edilməsi, birbaşa

xərclərdə texnologiyaların dəyişdirilməsi, texnoloji və təşkilati cəhətdən uyğunlaşdırılması nəticəsində yaranan qənaət, istehsal edilən məhsulun struktur və çeşidinin dəyişdirilməsi hesabına reallaşdırma həcmının artırılması, əmtəə istehsal edən şəbəkənin rasionallaşdırılması, məhsuldar olmayan məsrəflərin ixtisar edilməsi nəticəsində daimi xərclərə qənaət edilməsi.

Müəssisələr üçün bölünmə xərcləri onların iri müəssisənin əmlakının bir hissəsini əldə etdikləri şərtlərdən və bölünən istehsalatların digər istehsalatlarla texnoloji cəhətdən nə dərəcədə bağlı olmasından asılıdır. Köməkçi istehsal iri müəssisənin digər bölmələrinə məhsullar göndərir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bölmələrin formalaşmış istehsal-texniki əlaqələrinin tamhüquqlu dəyişdirilməsi imkanları, praktiki olaraq, aşağıdakı amillərlə əlaqədar olaraq məhduddur : iri müəssisənin şəhər yaradan xarakteri ; əsas və qeyri-ixtisas istehsalatının istehsal infrastrukturunun qüvvədə olan vergi və lisenziya qanunvericiliyi ilə birliyi.

Müəyyən hallarda gözlənilməz xərclərin ödənilməsi üzrə ehtiyat məbləğinin müəyyən edilməsi zamanı sahibkarlıq layihəsinin və onun elementlərinin dəyərinin ilkin qiymətləndirilməsinin dəqiqliyini, layihənin bu qiymətləndirmənin həyata keçirildiyi mərhələsindən asılı olaraq nəzərə almaq lazımdır.

Mühüm cəhətlərdən biridə sahibkarlıq layihəsinin dəyərinin qiymətləndirilməsi dəqiqliyi gözlənilməz xərclərin ödənilməsi üzrə ehtiyatların ölçüsünə təsir göstərir. əgər qiymətləndirmə potensial riskin layihəyə real təsirini tam mənada nəzərə almırsa, onda vəsaitlərin çox sərf ediləcəyi qaçılmazdır.

Müasir şəraitdə birinci yanaşmada ehtiyat iki hissəyə bölünür : ümumi və xüsusi. Sahibkarlıq öz layihələrində sahibkarlıq risklərindən uzaq olmaq üçün hər iki tərəfi nəzərə almalıdırlar. Yüksək rəqabətli bazar şəraitində işləyən sahibkarlar yüksək risklərə getməyə və aşağı rəqabətli seqmentlərə oriyentasiya edən və ya inhisar mövqeyi tutan kompaniyalara nisbətən daha əhəmiyyətli

sərmayələr həyata keçirməyə məcbur olurlar. Risk etmək və aqressiv siyasət həyata keçirmək üçün kiçik sərmayələrlə məhdudlaşa və ya ümumiyyətlə, sərmayə qoymaya bilirlər.

Ölkə bazarı çərçivəsində həyata keçirərək tələbin tərəddüdünü minimuma endirə bilər, çünki ölkələrin işgüzar fəallıq dövrü müxtəlif fazalarda olur, belə ki, eyni əmtələr həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində ola bilərlər.

İstehsalçı bir və ya bir neçə müştərinin itirilməsi zamanı öz kövrəkliyini azaldaraq daha çox sayda müştəri əldə edə biləcəkdir.

Xammal, material və dəstləşdirici məmulatların beynəlxalq göndərmələri istehsal xərclərini azaldırsa və ya hazır məmulatların keyfiyyətini artırarsa, tədarükçü kompaniya idxal edilən hazır məmulatların rəqabətinə daha yaxşı tab gətirə və ya ixrac bazarlarında daha effektiv rəqabət apara bilər.

Müasir dövrdə kompaniya öz fəaliyyət sferasını genişləndirmək zərurəti ilə üzləşir. Bunlar, həm dinamik inkişaf edən kompaniyalar, həm də ekspansiyaya həttə say belə göstərməyən, lakin çətin vəziyyətə düşmüş kompaniyalar ola bilərlər. Belə ki, bu problem başqa sahələrin yeni bazarlarına, o cümlədən xarici bazarlara çıxmaq yolu ilə həll edilir.

Müxtəlif riyazi metod və modellərdən, xüsusilə stoxastik modellər, qeyri-stoxastik modellər və qeyri-müəyyənliyin qarışıq modellərindən istifadə etməklə sahibkarlıq risklərinin azaldılması sahəsində dərin tədqiqatların aparılmasını tələb edir.

Hər şeydən əvvəl, bizim fikrimizcə, sahibkarlıq layihələri üzərində daha ətraflı müzakirə aparmaq lazımdır. Müasir dövrdə bütün dünyada gündəlik yaradılan sahibkarlıq layihələrinin müxtəlif tiplərinin böyük rəngarəngliyi mövcuddur. Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətini aşağıdakı əlamətlərə görə təsnifləşdirmək olar : layihənin miqyası ; layihənin reallaşma müddətləri ; layihənin icra edilməsi keyfiyyəti ; resurslardan istifadə edilməsinin məhdudluğu ; layihənin reallaşdırılması yeri və şərtləri.

Müasir mərhələdə kiçik sahibkarlıq layihəsi ; meqalayihə. Kiçik layihələr miqyasına görə böyük deyillər, sadə və həcmcə məhdudurlar. Meqalayihələr – özünə ümumi məqsəd ətrafında, seçilmiş resurslar və buraxılmış reallaşdırma vaxtı ilə birləşmiş çoxlu sayda qarşılıqlı əlaqəli layihələri daxil edən məqsədli proqramlardır.

Müasir dövrdə sahibkarlıq layihələri reallaşdırılma müddətlərinə görə qısamüddətli layihələrə və digərlərinə bölünürlər. Birinciyə müxtəlif tipli yeniliklərin istehsalı, tədqiqatların həyata keçirilməsi üçün sınaq məhsullarının yaradılması və rəqabətli yeniliklərin istehsalı üzrə layihələr aiddir.

Müasir dövrdə sahibkarlıq layihəsinin keyfiyyətinə görə qüsursuz layihələri fərqləndirilir, burada dominant amil yüksəldilmiş keyfiyyətdir.

Hazırkı mərhələdə resursların məhdudluğu dərəcəsinə görə bir sıra resurslar üzrə əvvəlcədən məhdudiyyətlərin təyin olunmadığı və bir çox resursları üzrə məhdudiyyətlər qoyulan layihələr fərqləndirilir.

Müasir dövrdə beynəlxalq layihələr xüsusi spesifikasiyaya malikdirlər. Bunlar, reallaşdırılması üçün çox vaxt müştərək müəssisələrin yaradıldığı bahalı və mürəkkəb layihələrdir.

Müasir dövrdə stoxastik modellərdən linqvistik modellər vasitəsilə oyun modellərinə keçid tədqiqatçının modelləşdirilən obyekt haqqında məlumatlılığının azalmasına uyğun gəlir. Qeyd etmək lazımdır ki , qeyri-müəyyənliyin prinsipial olaraq stoxastik modelə təsvir edilə bilinmədiyi situasiyalara kifayət qədər tez-tez rast gəlinir. Bu halda heç bir informasiya toplusu ehtimalların paylanması funksiyasının qurulmasını təmin etməyəcəkdir.

Müasir dövrdə sahibkarlıq fəaliyyətində riskin riyazi metodlarla tədqiqi zamanı çıxış informasiyasının xarakteristikaları haqqında hərtərəfli düşünmək lazımdır.

Müasir şəraitdə riskin təhlili məsələsinin riyazi qoyuluşu üçün zəruri olan çıxış informasiyası riskin dolayı təhlili nəticəsini əks etdirən yüklənmiş səbəb-nəticə şəbəkəsi şəklində təqdim edilə bilər. Müəssisə strategiyasının işlənilib

hazırlanması halında şəbəkə qovşaqları hadisələri, yəni risk amillərini və ya onların təzahürü nəticələrini, rabitələr isə - hadisənin arzuolunmaz inkişafının mümkün yollarını əks etdirir.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, əgər reklamasiya iki tərəfin razılığı ilə nizamlana bilmirsə, onda iş arbitraja verilir və onun qərarı hər iki tərəf üçün qəti olur və mütləq yerinə yetirilir. Reklamasiyaya cavab yazılı şəkildə göndərilir : iddia təmin olunarsa – sifarişli məktubu və ya faks ilə ; iddia təmin olunmadığı halda – bütün sənədlər əlavə olunmaqla sifarişli məktubla.

Özünün siyasi və iqtisadi suverenliyini əldə etmiş Azərbaycan Respublikasının , onun dövlətinin strateji rolu, dünya təcrübəsinə istinad edərək, iqtisadi həyatın bütün sahələrində radikal keçirməklə kiçik və orta biznesin formalaşması, onun inkişaf etdirilməsini bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun qurmaqdır. Xarici investisiyaların cəlb olunmasına önəmli şərait yaratmaq , ölkəmizi dünya birliyində layiqli istiqamətlərə yönəlməkdir. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi birmənalı şəkildə sübut etmişdir ki, yeni iqtisadi sistemə keçmiş ölkələri böhran və tənəzzüldən çıxarmağın ən real yolu kiçik sahibkarlığın formalaşması və inkişafıdır. Dünyanın iqtisadi cəhətcə inkişaf etmiş ölkələrində ümumi fəaliyyət göstərən müəssisələrin 80-90 %-i, bütün işləyənlərin və istehsal edilən ümumi məhsulun 70 %-ə yaxın həmin xarakterli müəssisələrin payına düşür. Sahibkarlığın bu forması ölkənin tərəqqisi üçün böyük əhəmiyyətə malikdir ki, bu da özünü əsasən onun təşkilati-hüquqi forması kimi çıxış edən kiçik müəssisələrin yerinə yetirdiyi aşağıdakı funksiyalar vasitəsilə reallaşdırılır:

- kiçik müəssisələrin yaradılması və fəaliyyətə başlaması üçün daha az ilkin kapital tələb olunur ;

- iqtisadi fəaliyyətində kiçik müəssisələr daha cəld və çevikdirlər və iri müəssisələrə nisbətən tez bir zamanda bazar konyukturasına, alıcıların tələblərinə və istehsaldakı dəyişikliklərə uyğunlaşa bilirlər;

- müasir dövrdə kiçik müəssisələr yüksək rentabelliyyə malikdirlər, belə ki, daha az istehsal xərcləri hesabına məhsullarını nisbətən ucuz başa gətirmək imkanına malikdirlər ;

- müasir dövrdə kiçik müəssisələrdə kapitalın dövriyyəsi iri müəssisələrə nisbətən daha tez baş verir ;

- müasir dövrdə kiçik müəssisələr yeni ideyaların və məhsul nümunələrinin, yeni texnologiyanın yaradılması və mənimsənilməsi sahəsində iri müəssisələrə nisbətən daha əlverişli imkanlara malikdirlər ;

- iri müəssisələr üçün istehsal tullantıları kimi çıxış edən materiallar kiçik müəssisələrdə istehsal texnologiyasının zəruri komponenti rolunu oynayır. Istehsal tullantılarını öz iqtisadi fəaliyyətinə cəlb etməklə kiçik müəssisələr ətraf mühiti mühafizə sahəsində də əhəmiyyətli rol oynayırlar ;

- müasir dövrdə kiçik müəssisələr əsasən yerli bazar üçün işlədiklərinə görə istehsal və xidmətlərin istehlak sferasına yaxınlaşmasına, yerli xammal, material, əmək ehtiyatlarının iqtisadi proseslərə cəlb edilməsinə və onlardan daha səmərəli istifadəyə şərait yaradırlar ;

- respublikamızda siyasi sabitlik bərpa edildikdən sonra, iqtisadi inkişafa nail olduqca sahibkarlığın hüquqi bazası möhkəmləndikcə, kiçik biznes fəaliyyətinin inkişafına real imkan yaranmışdır. Hazırda ölkəmizdə həyata keçirilən iqtisadi islahatların strateji istiqamətlərindən biri olan dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsi ilə kiçik biznesin inkişafına əlverişli sosial-iqtisadi şərait yaranmışdır. Göstərilən təyinatlı müəssisələr ən çox ticarət, ictimai iaşə, yüngül sənaye, mənzillərin təmiri və tikintisi, avtomobil vasitələrinin təmiri və s. istiqamətlər də şərtləşir. Onlar içərisində vasitəçilik xidməti göstərən «biznesmenlər» üstünlük təşkil edirlər. Bu fəaliyyət növü ilə məşğul olanlar əsasən respublikamızın mərkəzi şəhərlərində cəmləşmişlər.

Müasir dövrdə kiçik biznesin inkişafı özündə çoxsaylı üstünlükləri cəmləşdirir. Kiçik biznesin aşağıdakı bir sıra qarşılıqlı əlaqədə olan, onun təşkilini özündə əks etdirən üstünlükləri mövcuddur :

- siyasi sabitlik şəraitində sahibkarların sayının çoxalmasını təmin edir ;
- respublikada əhalinin müxtəlif sosial qruplarında onların həyat tərzinin uyğunsuzluğunu tənzimləməklə insanların gəlirlərini artırır ;
- respublikada kiçik bizneslə aktiv məşğul olan fərdlərin seleksiyasını təmin edir ;
- az maddi vəsait sərf etməklə yeni iş yerlərinin yaradılmasına şərait yaradır ;
- dövlət bölməsindən azad edilən işçiləri, əlilləri, gəncləri, qadınları, məcburi köçkünləri və qaçqınları işə cəlb edir ;
- az ixtisaslı kadrların iş yerində yenidən hazırlanmasına şərait yaradır ;
- risk və rəqabətlik şəraitində texniki , texnoloji, təşkilati xarakterli yeniliklərin işlənməsi və istehsalatda tətbiqi həyata keçirilir ;
- rəqabət istehsal monopoliyasını ləğv edir ;
- əhalinin əmanəti kimi saxlanılan, eləcə də təkrar emal oluna bilən maddi, maliyyə və təbii ehtiyatlardan istifadəni səfərbər edir ;
- maliyyə qoyuluşunun ödəmə müddətini kəskin azaldır ;
- iqtisadi bölmələr arasında qarşılıqlı əlaqələri yaxşılaşdırır.

Riskin fəaliyyət prosesində gözlənilən və ya plan göstəricilərindən müsbət və ya mənfi kənarlaşmanın mümkünlüyü kimi müəyyən edilməsi qəbul edilmişdir.

Müasir dövrdə müsbət və mənfi kənarlaşmanın mümkünlüyü tez-tez eyni vaxtda mövcud olur və reallaşdırılır.

Kommersiya riski xarakterizə edən parametri əməliyyatların effektivliyinin qiymətləndirilməsi kriteriyalarına və ya fərdin fəaliyyət sisteminə daxil etmək lazımdır.

Müasir dövrdə risk subyekti riskləri qəbul edən, ötürən və ya idarə edən fəal tərəfdir. Risk subyektlərinə etnos, idarəetmə orqanı, sahibkar, mülkiyyət sahibi, investor, hecer, möhtəkir, sığortalayan, sığortalanan, yenidən sığortalanan, menecer və başqaları aiddir.

Kommersiya riskdən və onun seçilmiş idarəetmə növündən asılı olaraq, riskin obyektləri kimi aşağıdakılar çıxış edə bilər : maddi dəyərlilər ; gəlir ; üçüncü

şəxsə vurulmuş zərərə görə mülki və ya vətəndaş məsuliyyəti ; vətəndaşların həyatı, sağlamlığı və əmək qabiliyyəti.

Risk şəraitində udma və uduzma imkanı eyni vaxta mövcud olur. Bunun əsası ondan ibarətdir ki, istənilən idarəetmə qərarı özünə determinasiyalı (səbəb-nəticə əlaqəli), təsadüfi və qeyri-müəyyən məlumatları daxil edən informasiya əsasında qəbul olunur. Qeyri-müəyyənlik yaranan situasiyadan asılı olaraq, həm mənfi, həm də müsbət kənarlaşmalara gətirib çıxara bilər.

Müasir dövrdə risk nəticəsində müsbət kənarlaşma imkanı «şans» kimi xarakterizə olunur. Şansın reallaşmasına aşağıdakıları aid edilə bilər : əməliyyat və sistem elementlərinin uğurlu təsadüfi kompleksləşməsi, qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olmaq və ya əməliyyat üzrə məsrəflərdə qənaət edərək, yeni texnologiyalardan istifadə edərək və başqa yollarla əlavə mənfəət əldə etmək məqsədilə konkret əməliyyatda xarici təsadüfi şəraitlərin dəqiq uçuşu.

Kommersiya riskinin idarə edilməsi üzrə bütün tədbirlər hadisədən əvvəlki və hadisədən sonrakı tədbirlərə bölünə bilər.

Əvvəlki tədbirlərə aiddir : sığortalama, özünü sığortalama, xəbərdaredici təşkilati-texniki tədbirlər , riskin ötürülməsi üzrə hüquqi, razılıq və başqa tipli tədbirlər.

Mənfi nəticələrə gətirib çıxara bilən risklər xalis risklər adlanır. Müsbət və mənfi nəticə imkanının eyni vaxtda mövcud olduğundan , xalis risklərin fərqləndirilməsi – uduş və ya effekti bir sahədə, bu fəaliyyətlərin mənfi nəticələrinin isə başqa bir sahədə olacağı situasiyada şərti və ya metodiki üsuldur.

Kiçik biznes – son dərəcə müxtəlif tərkibli sosial-iqtisadi mühitdir. Ona görə də həmin tipli müəssisələrin heç də hamısı müvəffəqiyyətlə işləmir və mövcud texniki-təşkilati, sosial-iqtisadi və hüquqi çatışmamazlıqlar üzündən öz fəaliyyətini dayandırır.

Müasir dövrdə kiçik biznes əsasən 3 yolla daxil olmaq olar : yeni forma yaratmaqla, mövcud firmanı satın almaqla. Hər 3 halda firmanın sahibi –

menecerlərdən bir neçə mərhələdə aparacağı planlaşdırma işini yaxşı bilməyi, təşkilati işləri bacarmağı düzgün nəzarət etmək tələb olunur. Ölkəmizdə kiçik bizneslə məşğul olan işçilərdə keyfiyyətlər kifayət qədər formalaşmamışdır. Onlar müxtəlif şəraitində düzgün qərar qəbul edə bilmir və sosial cavabdehliyin mahiyyətini dərk etmirlər.

Müasir fəaliyyət dairəsindən asılı olmayaraq, kiçik bizneslə məşğul olan firma : cəmiyyətə xeyir və zərər verdiyini, ətraf mühiti qoruduğunu və firmanın fəaliyyətinin hansı iqtisadi səmərəni əldə etdiyini duymalıdır.

Müasir dövrdə kiçik biznesdə uğur qazanmağın açarı – onun qarşıda qoyduğu məqsədi dəqiq müəyyən etmək, onun həyata keçirilməsinə nail olmaqdır.

- müvəffəqiyyət və qeyri-müvəffəqiyyətin cavabdehliyin öz üzərinə götürməli ;
- alıcılar və tədarükçülərlə yaxşı münasibət yaratmalı ;
- öz üzərində daim çalışmalı ;
- planlaşdırma işi axıra çatdırılmalı ;
- vaxt və vəsaitin itirilməməsi üzrə risk etməli ;
- gələcəyi görməli ;
- sahibkarlıq işində vəziyyəti düzgün qiymətləndirməli ;
- istehsal etdiyi məhsulun və xidmətin bazarda yerini tədqiq etməli ;
- müasir dövrdə biznes mühitini düzgün qiymətləndirməyi bacarmalı ;
- əməliyyatları həyata keçirərkən nəzarət sistemindən düzgün istifadə etməli ;
- müasir dövrdə kadr seçərkən səhvə yol verməməlidir.

Aparılan təhlil onu göstərir ki, kiçik biznesin qeyd edilmiş xüsusiyyətləri və əhəmiyyəti yalnız formalaşmış bazar ölkələri çərçivəsi ilə məhdudlaşmayaraq, inzibati-komanda iqtisadiyyatından yeni iqtisadi sistemə - sosial bazar yönümlü iqtisadi sistemə müasir dövründə olan ölkələr üçün də qoruyub saxlayır. Ölkəmizdə həyata keçirilən çoxşaxəli iqtisadi islahatların strateji istiqamətlərindən biri məhz kiçik biznesin inkişafı üçün əlverişli mühitin formalaşmasıdır. Ölkəmizdə həyata keçirilən iqtisadi islahatlar prosesi

fəaliyyətini inkişaf etdirmək vasitəsilə iqtisadiyyatın yüksəldilməsi arasında ən başlıca vəzifələrdi.

Müasir dövrdə iqtidarın iqtisadi islahatlar proqramının əsasında məhz bu problem dururdu. İqtisadi islahatlar proqramı hazırlanarkən aşağıdakılar əsas götürülmüşdür :

- pul-kredit və vergi-büdcə siyasəti əsasında iqtisadiyyatın sabitləşdirilməsi ;
- iqtisadiyyatın bazar modelinə və xüsusi bölmənin inkişaf tələblərinə cavab verən hüquqi bazanın yaradılması ;
- bazar əsasında iqtisadiyyatda müəssisələrin quruluşunun yeniləşdirilməsi ;
- neftdən və milli sərvətlərimizdən zəruri məqsədlərə nail olmaq istiqamətində istifadə edilməsi .
- iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi və rəqabət mühitinin formalaşdırılması əsasında milli iqtisadiyyatın səmərəliliyinin yüksəltmək ;
- bazar münasibətlərinin iqtisadi əsasını genişləndirmək ;
- iqtisadiyyata investisiyalar, cəlb etmək yolu ilə onun inkişafına nail olmaq ;
- dövlət proqramı və qərarlarını başa çatdırmaq.

Beləliklə, respublikada ticarət biznesin formalaşması üzrə həyata keçirilən iqtisadi islahatlar tamamlanır.

Sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı olaraq, həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində ölkənin ümumi daxili məhsulunda özəl bölməsinin payı durmadan artmaqdadır.

Respublikamızda bu gün iqtisadiyyatın bütün sahələrində istehsal edilən ÜDM-də özəl bölmənin payı durmadan artır. Belə ki, kənd təsərrüfatında pərakəndə ticarət, pullu xidmət, tikinti sahələri, sənaye və xarici ticarət dövriyyəsi artmaqdadır.

Azərbaycan Respublikasında 1990-2014-cü illər ərzində əhaliyə göstərilən pərakəndə ticarət , ictimai iaşə və pullu xidmətlərin ümumi həcmi xeyli artmışdır. Belə ki , 1990-cı ildə əhaliyə cəmi 1284,8 milyon manatlıq xidmət göstərilmişdirsə , bu göstərici 2014-cü ildə 29974,1 milyon manat təşkil

etmişdir. Bu dövrdə pərakəndə ticarətin xüsusi çəkisi 73,4 % , ictimai iaşə 3,2 % , pullu xidmətlərin xüsusi çəkisi 23,4 % təşkil etmişdir. (bax : cədvəl 2.3).

1.2 Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin xüsusi çəkisi

	Cəmi həcm, milyon manatla	Ümumi həcmə payı, faizlə		
		Pərakəndə ticarət	İctimai iaşə	Pullu xidmətlər
1990	1 284,8	87,5	7,1	8,4
1991	2 324,4	89,8	3,5	6,7
1992	10 168,4	89,4	3,2	7,4
1993	101 446,2	89,3	1,8	8,9
1994	1 150 281,0	87,1	1,1	11,8
1995	1 226,2	85,4	0,9	13,7
1996	1 745,8	83,3	0,8	15,9
1997	2 049,9	82,2	0,6	17,2
1998	2 268,3	80,8	0,7	18,5
1999	2 343,1	79,9	0,7	19,4
2000	2 597,1	80,9	0,7	18,4
2001	2 873,2	82,0	0,7	17,3
2002	3 220,3	82,7	0,8	16,5
2003	3 654,2	82,9	0,9	16,2
2004	4 424,5	83,1	1,2	15,7
2005	5 582,9	81,5	1,3	17,2
2006	7 161,0	78,9	1,5	19,6
2007	9 939,7	74,7	1,7	23,6
2008	14 269,0	74,2	2,0	23,8
2009	15 916,7	72,2	2,1	25,7
2010	18 404,0	72,0	2,3	25,7
2011	21 778,2	72,9	2,6	24,5
2012	24 067,2	73,0	2,8	24,2
2013	26 983,3	72,8	3,0	24,2
2014	29 974,1	73,4	3,2	23,4

x) 1990-1994-cü illər üzrə göstəricilər manatın denominasiyası nəzərə alınmadan köhnə azərbaycan (AZM) manatı ilə göstərilmişdir.

Bu gün respublikada istehsal edilən kənd təsərrüfatı məhsulunun təqribən 75 % özəl bölmənin payına düşür.

Aparılan təhlil onu göstərir ki, respublikada fəaliyyət göstərən kiçik sahibkarlıq strukturlarının iqtisadi əsası kimi müxtəlif mülkiyyət formaları, o cümlədən dövlət, xüsusi və bələdiyyə mülkiyyətləri fəaliyyət göstərir. Ölkədə bazar münasibətləri dərinləşdikcə və sahibkarlıq mühiti yaxşılaşdıqca, kiçik sahibkarlıq strukturlarında dövlət bölməsinin payı durmadan azalır, başlıca olaraq isə xüsusi mülkiyyət bazasında yaradılan kiçik müəssisələrin payı isə sürətlə artır.

2.2 Kommersiya fəaliyyətində risklərin idarə edilməsi.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmə texnologiyası sahəsində idarəetmə qərarlarının qəbul olunmasına, xüsusi yer ayrılır.

Buna görə də hazırki dövrdə kifayət sayda qərarların optimallaşdırılması variantları mövcuddur və onları aşağıdakı növlərə ayırmaq olar : problemli məsələlər üzrə ümumi məqsəd və istiqamətlərin müəyyən edilməsi ; şəraitin öyrənilməsi ; məsələnin formalaşdırılması ; məsələnin həlli variantlarının seçilməsi ; hər bir variantın nəticəsinin proqnozlaşdırılması ; məsələnin həll variantının seçilməsi .

Məlumdur ki, idarəetmə texnologiyası müəyyən işçi qüvvəsindən ibarətdir, menecer öz işini modelləşdirərkən, aşağıdakıları dəqiq müəyyən etməlidir : nəyi konkret olaraq etmək lazımdır ? ; bu, necə edilməlidir ? ; bu, nə vaxt edilməlidir ? .

İcraçı bu məlumatı tapşırıq şəklində alır. Bu isə aşağıdakılara ayrılır : icraçı diqqəti konkret fəaliyyətlər nəticəsində əldə ediləcək nəticə üzərində cəmləşdirmək ; nəticəni dəqiqləşdirən müşayiətedici şərtlərin təsviri (şəhərin mərkəzində sahəsi 300 m², rahat yolları və dayanacağı olan ticarət sahəsi). Bir

sözlə, menecer kimi çıxış edən məsələ ayrı-ayrı fəaliyyət bloklara parçalanır və bu işçi əməliyyatlar adlanır. Əgər kommersiya direktoruna ticarət sahəsini icarəyə almaq tapşırılmışdırsa, o, bu tapşırığı ayrı-ayrı işçi əməliyyatlara ayırır : mövcud təkliflər haqqında informasiyanın əldə edilməsi ; əlverişli şəraitin seçilməsi ; variantların fərqləndirilməsi ; razılaşmanın bağlanması.

Bu zaman menecerin istənilən idarəetmə qərarı müəyyən məqsədlər güdür və məhdud resurslardan istifadə edir. Buna görə də istənilən idarəetmə qərarının reallaşdırılması hakimiyyət balansını, resursların bölüşdürülməsi qaydasını, fərqi özünü reallaşdırma dərəcəsini dəyişir. Bununla əlaqədar olaraq, təşkilatlarda idarəetmə qərarlarının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması prosesində mürəkkəb münaqişə situasiyaları ortaya çıxır.

Münaqişə riskini azaltmaq üçün idarəetmə qərarının işlənilib hazırlanması zamanı münaqişələri proqnozlaşdırma və onların aradan qaldırılması üzrə tədbirləri nəzərdə tutmaq lazımdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində münaqişə mənbələrinin meydana çıxması ilə xarakterizə olunur, bu münaqişə mənbələri aşağıdakılarla şərtlənir : dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinin aparılması ; ticarətin strukturunun yenidən qurulması ; cari iqtisadi vəziyyət və digər sahələrlə əlaqədardır.

Obyektiv olaraq keçid prosesləri ilə şərtlənən dayanıqlı hüquqi, sosial və əxlaqi normaların mövcud olmaması ilə sərhədlənir və onun mənbəyi kimi çıxış edir. Digər tərəfdən isə onların effektiv sivilizasiyalı şəkildə həlli imkanını artırır ; üçüncü tərəfdən, artıq ortaya çıxmış münaqişələrin sivilizasiyalı həlli müddətlərini uzadır.

Dəqiq biliyin və eyni zamanda münaqişələrin qanun əsasında effektiv və kifayət qədər sürətlə həll edilməsinin sivilizasiyalı mexanizmlərinin mövcud olmaması gizli , aşkarlanmayan və müşahidə olunmayan münaqişələrin sayının azalmasına gətirib çıxarır.

Müşahidə olunmayan münaqişələr tez-tez onunla ifadə olunur ki, münaqişə tərəflərdən biri aşağıdakı taktikalardan birini seçir : tez-tez fəaliyyətin

effektivliyinin artırılması üçün bütün real imkanlardan istifadə etməyə imkan vermir ; firmanın işinin effektivliyini artırmaq üçün əlverişli olan bazar imkanlarını qəsdən əldən buraxırlar.

Rəqabət mübarizəsi şəraitində münaqişə nəticəsində hər zaman görünməyən mərhələdə qeyri-aşkar olan həlledici zərbə dəyir.

Bununla əlaqədar olaraq, risklərin idarəedilməsi və bazarın idarə edilməsinin ümumi texnologiyasında sığortalama haqqında məsələlərin tədqiqi zərurəti ortaya çıxır. Bu problem xüsusi olaraq qərar qəbulu məsələlərinə aiddir. Riskin idarə edilməsi bir çox rəhbərlərdə, hər şeydən əvvəl, sığortalama ilə assosiasiya təşkil edir. Həqiqətən də sığortalama əvvəlcədən riskə təsir göstərilməsinin ən geniş yayılmış metodu kimi çıxış etmişdir və hazırkı dövrdə də eyni mövqeyi saxlayır. Bu gün inkişaf etmiş ölkələrdə, ABŞ-da, Yaponiyada, Almaniyada illik sığorta pullarının ümumi daxili məhsulun 7-9 %-ni təşkil edir. Xaricdə sığortalama ilə praktiki olaraq, əhali fəaliyyətinin bütün sahələri əhatə olunmuşdur : tibbi sığortalama, həyatın, əmlakın, nəqliyyat daşımalarının, mənfəətin sığortalanması, vətəndaş məsuliyyətliliyinin müxtəlif cür sığortalanması. Elə bir sahə tapmaq olmaz ki, orada heç olmazsa, sığortalamanın bir növündən istifadə olunmasın, hətta onun bir çox növləri müxtəlif ölkələrdə artıq məcburi əsaslarda tətbiq edilir.

Ancaq sığortalama ilə bağlı şərait bazar iqtisadiyyatına yenidən keçid almış ölkələrdə, o qədər də ürək açan deyil. Bu, onunla şərtlənir ki, əvvəllər iqtisadiyyatın mərkəzləşdirilmiş idarə edilməsi həyata keçirilirdi. Bu isə dövlət ehtiyatlarının yaradılmasını nəzərdə tutur, bu ehtiyatlar müəssisələrin dəstəklənməsinə və qeyri-əlverişli şərait baş verdikdə əhaliyə yardım üçün sərf olunurdu. Faktiki olaraq, bu, özünü sığortalamaya bərabər bir fəaliyyətdir, yalnız fərq odur ki, o dövrdə bu bütün ölkə miqyasında həyata keçirilirdi. Risklərin bir çox növləri, məsələn, maliyyə və kommersiya riskləri praktiki olaraq, tamamilə mövcud deyildilər, ən azından daxili bazarda.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlət dəstəyinin həcmi xeyli dərəcədə azalır. Özəlləşdirilmiş müəssisələr böhran şəraiti baş verdikdə, zərərlərin ləğv edilməsi mexanizmlərinin yaradılmasının qayğısına özləri qalmalıdırlar. Sığortalama ən əlverişli və bazar nöqteyi-nəzərindən işlənmiş mexanizm kimi çıxış edir.

Ancaq Azərbaycanda hazırkı dövrdə sığortalama ilə bağlı real şərait necədir ? Rəsmi məlumatlara görə, mövcud sığorta xidmətləri bazarı ölkə iqtisadiyyatının tələbatlarının 10-20 %-dən çoxunu əhatə etmir. Sığorta kompaniyaları kiçik şəxsi kapitalla malikdirlər, bu isə iri risklərin əhatə olunması üzrə imkanları məhdudlaşdırır.

Beləliklə, respublika kompaniyalarının fəaliyyətində riskin idarə edilməsi metodları mühüm rol oynayır. Bu, verilmiş mexanizmlərin nəzərdən keçirilməsi və onlardan istifadə edilməsi effektivliyini qiymətləndirilməsini zəruriləşdirir.

İdeal halda risklərin idarə edilməsi üçün təşkilatda risk-menecer, risklərin tənzimlənməsi planında bütün bölmələrin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi mühüm əhəmiyyət zərərlərin kəsb edir.

Riskin idarə edilməsi strategiyası müəssisənin fəaliyyət istiqamətindən, formalaşmış idarəetmə strukturundan, ölkə ənənəsi və işgüzar praktikasından asılı olaraq, müxtəlif cür qurula bilər. Ancaq hazırkı dövrdə təsərrüfat fəaliyyətinin integrasiyası prosesləri elə intensiv şəkildə gedir. Bütün sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə, o cümlədən risk-menecment sferasında oxşar idarə metodlarından istifadə olunur.

Müasir dövrdə risklərin idarə edilməsi strukturunun yaradılmasının üç əsas təşkilati aspektini fərqləndirmək olar : aparıcı risk-menecerin fəaliyyəti ; risklərin idarə edilməsi bölməsinin fəaliyyəti ; bölmənin təşkilatın digər strukturları qarşılıqlı əlaqəsi.

Risk-menecerin funksiyaları müəssisədə kifayət qədər genişdir. Onun səlahiyyətinə təhlükəsizliyin və nəzarətin təmin edilməsi məsələləri, habelə buraxılan məhsulun keyfiyyətinin təmin edilməsi vəzifələri daxildir. O,

müəssisədə riskin idarə edilməsinin təşkilati strukturunu formalaşdırır və bu fəaliyyətlə bağlı əsas müddəə və təlimatları işləyib hazırlayır.

Müasir şəraitdə riskin idarə edilməsi üzrə müddəalar özünə müəssisədə riskin təhlilini və verilmiş sahədə idarəetmə strategiyasının əsas hissələrinin izahını daxil edir. Burada mümkün qəza riskləri səviyyəsinin azaldılmasını, mümkün itkilərin kompensasiyası üçün xüsusi ehtiyat fondlarının yaradılmasını və ya sığortalama sisteminin yaradılmasını vurğulamaq olar.

Risqlərlə bağlı bütün informasiyaları daxil etmək lazımdır. Orada təşkilatın bütün bölmə və xidmətlərinin dəqiq məsuliyyətləri daxil edilir, müxtəlif xidmətlərin qarşılıqlı təsiri müəyyən olunur. Rəhbərin ayrı-ayrı bölmələri sığortalamaya əsas yanaşmaların izahını özünə daxil etməlidir.

Risqlərin idarə edilməsi üzrə bölmə kiçik olur və buna görə də risk-menecer öz diqqətini mühüm məsələlərin həlli üzərində cəmləməlidir. Risklərin idarə edilməsi üzrə şöbənin funksiyaları verilmiş sahədə müəssisəni seçilmiş strategiyasının praktiki reallaşdırılmasından ibarətdir, buraya daxildir : risklərin aşkar edilməsi, baş verən dəyişikliklərin qeydiyyatının aparılması. Onların strateji işlənməsi, sığorta proqramlarının idarə edilməsi, müəssisənin təhlükəsizlik səviyyəsinin artırılması üzrə tədbirlərin reallaşdırılması, heyətin ixtisasının artırılması üzrə proqramların reallaşdırılması.

Müasir şəraitdə ən mühüm funksiyalardan biri də riskin aşkar edilməsi, onun aşkar edilməsi və səviyyəsinin qiymətləndirilməsinin müştəri şəraitinə uyğunlaşdırılmış metodologiyasının işlənilib hazırlanması və istifadə edilməsi ilə bağlıdır. İkinci funksiya isə sığortalamanın planlaşdırılması və həyata keçirilməsi ilə əlaqədardır. Böyük təşkilat üçün sığorta portfelinin idarə edilməsi, kifayət qədər əmək tutumlu bir işdir və özünə aşağıdakıları daxil edir: müxtəlif tiplərdən olan sığortalama ödəmələrinin zəruriliyinin qiymətləndirilməsi ; sığortaçıların və sığorta brokerlərinin seçilməsi ; sığorta pulu və sığorta ödəmələrinin ölçüsü haqqında danışıqlar ; sığorta haqqında

danışıqların aparılması ; iddiaların irəli sürülməsi ilə bağlı işlərin aparılması ; sığortalama üzrə bütün qeydiyyat yazılarının aparılması.

Müasir dövrdə kommersiya firmasının rəhbəri sığorta tədbirlərini nəzərə alaraq risk-menecmenti azaldılması üçün texniki-iqtisadi informasiyanın həcmi dəqiq müəyyən etməlidir. Müxtəlif firma və səhmdar cəmiyyətlərdə bu proses, hər şeydən əvvəl, fəaliyyətin həcmi və xüsusiyyətindən asılı olaraq, müxtəlif cür baş verir. İdarəetmə aparatı işçilərinin əmək məhsuldarlığı gördüyümüz kimi, digər işçilərdən daha yüksəkdir və bu təbii, çünki bu işçilərin hesabına bütün idarəetmə prosesi həyata keçirilir. İdarəetmə qərarlarının qəbuluna, kommersiya fəaliyyətin təhlilinə, qarşıya qoyulmuş məqsədlərdən kənarlaşmaların müəyyənləşdirilməsinə görə məsuliyyət məhz onların üzərinə düşür. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bütövlükdə götürdükdə müəssisənin iqtisadi vəziyyəti qənaətbəxş deyil və rentabellik çox aşağıdır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarətin təsərrüfat fəaliyyətinin təhlilidir.

Müasir şəraitdə ticarəti idarəetmə sisteminin vəziyyətini təhlil etmək və öyrənmək üçün qeyd etmək lazımdır ki, univermaq hər şeydən əvvəl bazar subyekti sayılır və onun ətrafında çox böyük dəyişikliklər bütün gözlənilməzliklərə baxmayaraq, idarəetmənin daxili proseslərinə birbaşa surətdə təsir göstərir. Bu faktor idarəetmə prosesinin elementləri sayılır.

Kommersiya fəaliyyətində idarəetmə elementləri arasında qanunlar böyük əhəmiyyətə malikdir. İdarəetmə prosesinin əsas mənbələrindən biri öz fəaliyyətlərini onun əsasında həyata keçirdikləri «Azərbaycan Respublikasının müəssisələri haqqında qanunu » u sayılır. Qanuna əsasən müəssisələr qanunla qadağan olunmayan bütün növ formalarda kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi hüququna malikdir.

Qanun əsasında müəssisələrin dövlət qeydiyyatına alınması həyata keçirilən « Hüquqi şəxslərin qeydiyyatı haqqında qanun » u sayılır. Ticarət müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyəti, həmçinin digər normativlərlə də tənzimlənir. İdarəetmə prosesində rəqabət elə də az əhəmiyyət kəsb etmir, belə ki, bu şəraitdə bazardakı

rəqabət böyük rol oynayır. Bazar şəraitində cəmiyyətlə əlaqələr sahəsində bazarda müəyyən imicin yaradılması üçün əhəmiyyətli diqqət ayrılır. Belə ki, marketing ticarət müəssisəsi sayılır. Marketing dövlət tənzimlənir və bununla əlaqədar hesabatları və normativ sənədləri doldurur.

Idarəetmə təşkilati-hüquqi islahatlara, həmçinin mülkiyyət formalarının yerdəyişməsinə baxmayaraq, idarəetmə aparatının quruluşu ənənəvi olaraq qalır. Göründüyü kimi müəssisənin təşkilati quruluşu bazar şərtlərinə cavab vermir. Ticarət müəssisənin miqyasını nəzərə alsaq, aşağıdakı şərtlərlə quruluş islahatlarının aparılması məqsədəuyğun olardı. İnkişaf etmiş əmtəə istehsalı şəraitində marketing kimi idarəetmə elementi olmadan hərəkət etmək olmaz. Marketing ticarət müəssisələrinin əmtəə çeşidinin formalaşması mənbələri əsasında bazarda baş verən hadisələrin əsas informasiya mənbəyi kimi çıxış edir.

Marketing daxilində idarəetmə quruluşunun elementləri arasında idarəetmə məlumatları şaquli rabitə çərçivəsində ötürülür. Belə ki, təşkilat-qarşılıqlı əlaqəli elementlər sistemi olduğundan rəhbərlik ixtisaslaşdırılmış elementlərin qarşılıqlı işləməsinə və təşkilatın düzgün istiqamətdə inkişafına nail olmalıdır. Müdiriyyətlə işçilər arasında əlaqə şaquli rabitəyə xidmət edir və idarəetmə məlumatlarının əsas hissə bu rabitə ilə ötürülür.

Ticarət müəssisənin vəziyyətinin təhlili göstərir ki, təşkilatın idarəetmə quruluşunda və idarəetmə məlumatlarının ötürülməsində çatışmazlıqlar var və bunun aradan qaldırılması üçün ənənəvi idarəetmə quruluşunda islahatlar aparılmalıdır.

2.3 Kommersiya sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı.

Azərbaycanda son illərdə azad rəqabətə əsaslanan sahibkarlığın inkişafı, işgüzar təşəbbüskarlığın əsaslı surətdə sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində reallaşması üçün bir sıra qanunvericilik, təşkilati və iqtisadi xarakterli işlər görülmüşdür. 1995-ci ildə qəbul edilmiş ölkə konstitusiyasında bazar iqtisadiyyatının və onun ünsürlərindən olan işgüzarlıq mühitinin və rəqabətin yaranması, azad sahibkarlığın formalaşdırılması və qorunması zərurəti ilə əlaqədar olan müddəalar öz əksini tapmışdır.

Kiçik sahibkarlığın iqtisadi səmərəliliyini yüksəltmək üçün artıq bir sıra zəruri mexanizmlər yaradılmışdır. Kiçik və orta sahibkarlara informasiya, maliyyə və məsləhət xidmət strukturları yaradılmışdır. Sahibkarlığa kömək Milli Fondu, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı agentliyi, Naxçıvan Muxtar Respublikası Antiinhisar Siyasəti və Sahibkarlığa kömək Komitəsi, şəhər və orta sahibkarlara kömək siyasətini həyata keçirən zəruri strukturlardır. Biznesin inkişafına maliyyə köməyi sistemi formalaşdırılması mexanizmlərinin qorunması yönündə zəruri addımlar atılmışdır. Nazirlər Kabineti tərəfindən Sahibkarlığa Kömək Fondunun fəaliyyətini təmin edəcək zəruri mexanizmlər yaradılmışdır. Fondun vəsaitinin formalaşması mənbəyi əsasən dövlət büdcəsi olmuşdur.

Kiçik və orta sahibkarlar üçün təhsil, məsləhət və informasiya xidmətinin təşkili sahəsində də mühüm tədbirlər həyata keçirilmişdir. Müasir tələblər səviyyəsində işgüzar informasiya bankı yaradılmışdır. Sahibkarlığın inkişafına kömək məqsədilə yaradılmış strukturlar tərəfindən hazırlıq kursları və seminarlarda xeyli sahibkar xüsusi hazırlıq keçmişdir. Sahibkarların hazırlığının qabaqcıl dünya təcrübəsi əsasında həyata keçirilməsinə xüsusi diqqət yetirilmişdir. Müəllimlərin xaricdə hazırlıq keçmələri praktikasından geniş istifadə edilmişdir. Tədrisin təşkilinə beynəlxalq təşkilatların ekspertləri cəlb

edilmişdir. Sahibkarlar üçün məsləhət xidmətinin təşkilində dövlət tərəfindən fəal köməklik göstərilmişdir.

Müasir dövrdə Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişaf potensialı formalaşmışdır. Bu sahədə qarşıda dayanan ən mühüm vəzifə istehsal sahəsində kiçik biznesin inkişafının təmin edilməsidir. Bu da öz növbəsində həmin vəzifənin həlli üçün aşağıdakıların yerinə yetirilməsi tələb olunur:

- müəssisənin münasib texniki, istismar və qiymət meyarlarına malik olan kiçik ölçülü maşın və avadanlıqlarla və digər texniki vasitələrlə təmin olunması ;
- kiçik müəssisələrin dövlət sifarişlərinə cəlb edilməsi, kiçik müəssisələrlə orta və iri müəssisələr arasında sıx iqtisadi işgüzar əlaqələrin qurulması ;
- kiçik müəssisələr üçün güzəştli vergi dərəcələrinin müəyyən olunması, müvafiq vergi dərəcələrinin təkmilləşdirilməsi.

Müasir dövrdə iqtisadiyyat sahəsində və iqtisadi rayonlarda kiçik müəssisələrin fəaliyyət göstərməsi faizinin aşağı düşməsinin qarşısının alınması.

Daxili amillər dedikdə, əsasən respublikada fəaliyyət göstərən müəssisələrin maliyyə təməlinin və xammal bazasının zəif olması nəzərdə tutulur.

Xarici amillər isə, vergi sisteminin ağır olması, inzibati maneələrin çoxluğu, qanunvericiliyin qeyri-sabitliyi, fəaliyyətsizliyi, satış bazasının məhdudluğu, xammal bazarının inkişaf etməməsi problemləri nəzərdə tutulur.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın əsas problemlərindən biri də kreditləşdirilməlidir. Kreditlər ya girov qoyulmaqla, ya da zəmanətə görə verilir ki, çox zaman kiçik müəssisələrin buna imkanları olmur. Kiçik müəssisə ittifaqları, həmçinin xüsusi fondlar hazırda, həmin müəssisələrə kreditlər almaq üçün zəmanət vermirlər. Kiçik biznes müəssisələrinə xidmət edəcək xüsusi banklar yoxdur.

Müasir dövrdə kiçik müəssisələrin bankdan kredit götürməsi işi genişlənməlidir. Banklarda kiçik müəssisələrlə bağlı olan əsas çətinliklər vardır. Belə ki, kredit faizinin yüksək olması ; kiçik müəssisə sahibindən əmlakının girov qoyulması tələbi ; bankların uzunmüddətli kredit verməməsi ; bankların

kiçik müəssisələrlə işləməkdən imtina etməsi ; rəsmiləşdirmə prosesinin uzun müddət çəkməsi və s. subyektiv amillər mövcuddur. Banklarla qarşılıqlı əlaqənin çətinliyi sahibkarları qeyri-formal borc vəsaiti bazarına müraciət etməyə vadar edir.

Lakin buna baxmayaraq, respublikamızda kiçik biznesə dövlət tərəfindən xüsusi strukturlar və fondlar vasitəsilə ciddi maliyyə-kredit köməyi göstərilir. Bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş bir çox ölkələrdə kiçik biznesə dövlət dəstəyi vermək üçün xüsusi fondlar da fəaliyyət göstərir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, Yaponiyada bu məqsəd üçün büdcənin xərclər hissəsində 2-3 milyard dollar ayrılır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kiçik istehsal firmalarının dövlət tərəfindən dəstəklənməsi kiçik biznesin ilk addımında əsasən mənfəətdən vergi sistemində güzəşt kimi nəzərdə tutulur. Müasir dövrdə kiçik müəssisələrin marağını müdafiə edən və onları dəstəkləyən müxtəlif təşkilati strukturlar mövcuddur. Bu məqsəd üçün kiçik müəssisələr assosiasiyaları və ittifaqları yaradılmışdır. Lakin kiçik biznesi dəstəkləyən çoxsaylı fondlar bir qayda olaraq, özlərinin şəxsi problemlərinin qayğılarından kiçik müəssisələrə real kömək göstərə bilmirlər.

Müasir şəraitdə kiçik müəssisələr həmçinin informasiya xidmətinə, kadrların hazırlanmasına, güzəştli bank kreditlərinə və digər köməyə ehtiyac hiss edirlər.

Müasir mərhələdə aparılan təhlil göstərir ki, vergi sistemində radikal islahatları aparan zaman dövlət bu və ya digər təsərrüfat subyektlərinə, iqtisadi fəaliyyətin həvəsləndirilməsi nəzərdə tutulan bu və ya digər sahələrə münasibətdə dünya ölkələrinin vergi güzəştləri üzrə mövcud olan bütün formalardan istifadə etməlidir.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, həmin formalara aşağıdakılar daxildir :

- vergi dərəcələrinin (xüsusən mənfəət vergisinin və əlavə dəyər vergisinin) aşağı salınması ;

- müasir şəraitdə həvəsləndirilməsi nəzərdə tutulan iqtisadiyyat sahələrində çalışan müəssisələrin fəaliyyətinin əsasən ilk dövrlərində müxtəlif vergi güzəştlərinin tətbiqi, habelə vergidən azad etmə.

- iqtisadi regionların inkişafının sürətləndirilməsi məqsədilə sahibkarlıq subyektlərindən alınan vergilərin bir hissəsinin yerli icra hakimiyyəti orqanlarının sərəncamında saxlanılması ;

- müasir dövrdə müəssisələr tərəfindən müvafiq dövrə üçün iqtisadi fəaliyyətinin yekunları haqqında hesabatlar vergi orqanlarına vaxtında və dolğun verildiyi hallarda, onların yoxlamalardan azad edilməsi ;

- vergi yoxlamalarının seçmə qaydasında və bunun üçün əsaslı səbəb olduğu zaman aparılması və s.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, göstərilənlərdən əlavə, hazırda respublikada dövlət tərəfindən kiçik biznesə kömək edən bir çox iqtisadi subyektlər üçün, o cümlədən kiçik sahibkarlığa kömək fondları, investisiya və lizinq kompaniyaları, kredit və sığorta təşkilatları, reklam və informasiya müəssisələri üçün və s. üçün də bir sıra vergi güzəştləri həyata keçirilir. Şübhəsiz, bundan əlavə dünya ölkələrinin vergi siyasəti sahəsində bu təcrübəsi də diqqətdən kənarda qalmamalıdır.

Məlum olduğu kimi müasir dövrdə sahibkarlığın inkişafında dövlətin investisiya köməkliyi mühüm əhəmiyyət kəsb etdiyi üçün əksər ölkələrdə bu məsələyə xüsusi diqqət yetirilir. Respublikada sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı üçün sahibkarlığa dövlət investisiya köməyi diqqət mərkəzində olmuşdur.

Müasir dövrdə kiçik biznesin dövlət tərəfindən birbaşa və zəmanətli borc ilə dəstəklənməsi diqqətə layiqdir. Kiçik firmalara birbaşa borclar müəyyən dövrlər üçün kiçik faizli stavkalarla verilir. Zəmanətli borclar kreditlərə borc kapitalının 90 % qədər dövlət zəmanəti verir. Beləliklə, dövlət xüsusi bankları ticarət və sənaye korporasiyalarının, sığorta şirkətlərinin, təqaüd fondlarının

kiçik firmalara kapital vermələrini həvəsləndirməyə çalışır. Dövlət dəstəklənməsinin başqa formaları da mövcuddur :

- kiçik müəssisələrin dövlət sifarişi ilə (əgər belə zərurət meydana çıxarsa) təmin edilməsi, sənayecə zəif inkişaf etmiş rayonlarda yaradılan müəssisələrə xüsusi güzəştlərin verilməsi və s.

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarlar birliyinin aşağıdakı növləri mühüm əhəmiyyətə malikdirlər: birləşmənin xarakterindən və birləşmə iştirakçılarının firmanın öhdəlikləri üzrə məsuliyyətlik dərəcəsindən asılı olaraq. Onlara aşağıdakıları aid etmək olar : yoldaşlıq, məhdud məsuliyyətli cəmiyyətli, səhmdar cəmiyyətləri.

Müasir dövrdə mülkiyyətin xarakterinə görə dövlət, xüsusi və bələdiyyə formaları fərqləndirilir. Məsələn, xüsusi formalar müstəqil kompaniyalar şəklində, yaxud da inhisar birliklərinin (kartellər, sindiqatlar, trestlər, konsernlər və s.) tərkibində mövcud ola bilirlər.

Kapital mənsubiyyəti və nəzarət üzrə milli, xarici və qarışıq formalar fərqləndirilir. Müasir şəraitdə əsas diqqət xüsusi müəssisələrin yaradılmasına verilir.

Beynəlxalq fəaliyyətdə, istehsal və kommersiya fəaliyyət sferaları xarici ölkələrə yayılan firmalar aid edilir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarların müxtəlif formaları da mövcuddur. Onların fəaliyyət məqsədləri mənfəət əldə etməkdən, daxil olan sahibkar qruplarının hakimiyyət orqanlarında maraqlarının təmsil edilməsi və xüsusi sahibkarlara yardım göstərilməsindən ibarətdir.

Müasir dövrdə firmaların təsnifatı haqqında danışarkən bu və ya başqa müxtəlif firmaların ümumi sahibkarlıq fəaliyyətində iştirak edən tam bir sahibkarlar (fiziki şəxslər) ordusunu qeyd etməmək olmaz.

Müasir şəraitdə fərdi sahibkarlar təsnifatından aslı olmayaraq, istənilən firmaların işinə təsir göstərməyə qadirdirlər. Onlar sənaye, ticarət, kənd

təsərrüfatı, nəqliyyat və tikinti firmalarının fəaliyyətlərində fəal iştirak edə bilirlər.

Kompaniya firmalarının maliyyə-təsərrüfat nəticələri onların (fərdi sahibkarların) uğurlu fəaliyyətlərindən asılı olurlar.

Müasir şəraitdə sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən firmaların təsnifat yanaşmasında biznes vahidlərinə də, onların strategiyaları nöqteyi-nəzərindən diqqət yetirilməlidir. Strateji biznes-vahidləri dedikdə, öz biznes strategiyasına və satışın təmin edilməsi, mənfəətin əldə edilməsinə malik istənilən təşkilati vahid başa düşülür. Beləliklə, təşkilat bir-birilərlə üfüqi və şaquli şəkildə bağlı olan çoxsaylı biznesə malik ola bilər.

Bir tərəfdən, çoxlu sayda biznesə sahib olmaq arzu olunur, çünki onlardan hər biri öz bazarı üçün optimal strategiya işləyib hazırlamaq imkanına malikdir.

Müasir dövrdə biznes strategiyaların və idarəetmənin koordinasiyası, bazar və strategiyalara məxsus oxşarlığın yaradılması üçün aqreqatlaşdırıla (birləşdirilə) bilirlər. Müasir strategiyaya müvafiq olmaq üçün həddən artıq kiçik olan biznes-vahidlər menecmentin strukturuna yardım göstərilməsi üçün birləşdirilməlidirlər. Daha iri biznes-vahidlər uğur şanslarını artıran müvafiq ştat və proqramlara malikdirlər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində biznes-strategiya dörd istiqamətlə müəyyən olunur: əmtəə-bazar investisiyalaşdırılmasının strategiyası, istehlakçı faydalılığının təklif edilməsi, aktivlər və səlahiyyətlər, funksional strategiya və proqramlar.

Müasir şəraitdə sahibkarlıq azad iqtisadi zonaların iqtisadi strukturunda da öz yerini tapır. Bazar iqtisadiyyatının inkişafının dünya təcrübəsi onu proqnozlaşdırmağa iman verir. Bu regionların infrastrukturunun inkişaf etməməsi, istehsal və xidmətin verilmiş təşkilat formaları üzrə böyük potensial imkanlarının olması səbəbindən kiçik sahibkarlıq mühüm rol oynayır. Kiçik sahibkarlıq hazırki dövrdə edir.

Müasir şəraitdə sahibkarlıq problemlərini həll etməyə imkan verilir. Kiçik sahibkarlıq özünə praktiki olaraq, bütün mərhələlərdə həvəsləndirilən rəqabət strategiyasını seçərək öz qarşısına iki məqsədi qoyur : sağ qalma və mənfəətlilik. İstehsalın və gəlirlərin dövretməsinin müasir şəraitdə münasibətdə bir sıra məsələlər irəli sürülür ki, bunların arasında da aşağıdakıları fərqləndirmək olar : bu metod vasitəsilə təsvir edilən iqtisadi proseslər, insan enerjisinin tükənməsi və çoxlu sayda material resursları sərf edilir. Bundan başqa, ətraf mühitin çirklənməsi problemləri, o, bu fakta əsaslanır ki, istehsal və istehlak proseslərinə sərf olunan resursların böyük hissəsi itki şəklində geri qayıdır. Müasir iqtisadi şəraitdə insan amilini tükətməyən və çoxlu material resursları sərf etməyən, insan enerjisini artıran və ictimai sərvətlərin miqyaslarının inkişafına gətirib çıxaran mexanizm və fəaliyyət növlərinin tapılması problemi mövcuddur.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, müasir istehsal firmalarda sahibkarlıq strukturları idarəetmə strukturları ilə uyğunlaşmışdır. İnnovasiya məsələlərinin həllini idarəetmə üzrə cavabdeh olan insanlara həvalə etmək məqsədə uyğundur. İkincisi, mövcud olan müəssisənin fəaliyyət sahəsinin dəyişdirilməsinə istiqamətlənmiş innovasiya səylərinə uğur gətirir. Üçüncüsü, müəssisəyə kiçik sahibkarlıq bölmələrinin birləşməsi nadir hallarda nəticələr verir. Müasir dövrdə innovasiyalı iqtisadiyyatda işlənilib hazırlanmış və icra edilmək üçün qəbul olunmuş müəssisənin fəaliyyət strategiyasının reallaşdırılması vəzifəsi, onun bir tam kimi fəaliyyət göstərən struktur bölmələri qarşısında durur. Bununla əlaqədar olaraq, müəssisənin bütün bölmələrinin optimal və effektiv koordinasiyası işlənilib hazırlamalıdır.

Əgər müasir dövrü, keçmiş dövr ilə müqayisə etsək, hazırkı dövrdə bizneslə məşğul olmaq üçün bütün şərtlər yaradılmışdır. Getdikcə daha çox əhali uğur simvolunu maddi təminatlılıqda görür. O da mühüm haldır ki, əhəlinin böyük hissəsi şəxsi maddi təminatlılığının yaxşılaşdırılması problemini qanunverici hakimiyyətlərlə əlaqələndirmirlər. Bütün bunlar ona gətirib çıxarır ki, müəssisənin rəhbərinə inamın olmasıdır. Belə bir vəziyyət həm rəhbərə pərəstiş

yaradaraq, həm də bütün kollektivin yüksək etimadını doğruldacaq, lider ətrafında birləşdiyi müsbət nəticələrə gətirib çıxarır. Müasir dövrdə müəssisələr üçün əsas problemlərdən biri, onun idarəetmə sisteminin avtoritar-komanda idarəetməsindən, demokratikliyə malik olan, az-çox innovasiyalı idarəetmə sisteminə keçilməsidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində innovasiya özü də sahibkarlıq fəaliyyəti kimi çıxış edir, çünki innovasiya «ideya-bazar» prosesinin müəyyən mərhələsində, ideyanın kommersiyalaşdırılmasının real imkanının dərk edildiyi zaman əmtəyə çevrilir.

Müasir dövrdə innovasiya əmtəə üçün standart tələbləri təmin etməlidir. Innovasiya patent, istehsal təcrübəsi, cihazlar, başqa texnika, eləcə də yeni texnoloji proseslər şəklində çıxış edə bilər. Yalnız bu cür innovasiya əmtəyə çevrilə və alqı-satqı predmeti kimi təzahür edə bilər.

Innovasiya mübadiləsi təcrübəsində xalis halda obyektə fərqləndirək qeyri-mümkündür. Məsələn, hər hansı avadanlığın göndərilməsi hər zaman müşayiətedici sənədlər, bəzən isə lisenziyalar paketinin ötürülməsi ilə müşayiət olunur. Onu qeyd etmək lazımdır malgöndərən firma quraşdırma, cüzləndirmə, avadanlığın işə salınması, heyətin öyrədilməsi və s. kimi xidmətlər də həyata keçirir. Innovasiyanın ötürülməsi yalnız o zaman baş verir ki, əldə edən tərəf məhsulu, rəqabət qabiliyyətliliyini yaxşılaşdıran yenilik kimi nəzərdən keçirir.

Müasir şəraitdə firmanın sahibkarlıq fəaliyyətində, özündə firmanın yaxın ildə taktiki fəaliyyətlərini müəyyən edən sənədi əks etdirən biznes-planın tərtibinə və tərkibinə xüsusi yer verilir. Sahibkarın biznes-planı aylar üzrə hazırlanır və dörd əsas funksiyanı yerinə yetirir : sahibkara müəyyən dövr üçün faktiki nəticələri qiymətləndirməyə imkan verən alət kimi çıxış edir ; perspektivdə biznesin həyata keçirilməsi konsepsiyasının işlənilib hazırlanması üçün istifadə edilə bilər ; yeni investisiyaların cəlb edilməsi aləti kimi çıxış edir ; müəssisənin strategiyasının reallaşdırılması alətidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kreditor və investorların əksəriyyəti keyfiyyətli biznes-planı görməsələr, biznesə pul qoymazlar. Belə ki, investorlar diqqəti əsasən sahibkarın aşağıdakı tərəflərinə yetirirlər : işgüzar nüfuz, borcun ödənilməsi üzrə pul axını, əlavə zəmanət təminatı və şəxsi kapitalın payı.

Müasir dövrdə biznes-plan müəssisənin strategiyasının reallaşdırılması aləti olduğundan, bu sənədlərin strukturu təxminən eyni olmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycanda kiçik biznes öz fəaliyyətində bir çox çətinliklərlə qarşılaşır. Belə ki, kiçik biznes iqtisadiyyatda nisbətən yeni fəaliyyətdir. Odur ki, kiçik bizneslə məşğul olan ticarət müəssisələrin yaradılmasında və inkişaf etdirilməsində aşağıdakı problemlər meydana çıxmaqdadır :

1. Müasir şəraitdə kiçik sahibkarlığın əsas problemi istər maddi-texniki, istərsə də maliyyə resurslarının kifayət qədər olmasıdır.

Praktiki olaraq xalq təsərrüfatının geniş yeni bölmələrinin yaradılması . Uzun illər ərzində bu bölmə demək olar ki, mövcud olmamış və hazırlıqlı sahibkarlar yetişdirməmişdir. Bunun nəticəsidir ki, şəxsi sahibkarlıq fəaliyyəti üçün yüksək şərait yaradılmışdır. Müasir dövrdə artıq gərgin olan dövlət büdcəsi sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi üçün vəsait ayırır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində respublikada iqtisadi vəziyyətin inkişafı maddi-texniki və maliyyə resurslarının artması şəraitdə kiçik biznesin inkişafına səbəb olmuşdur. Odur ki, müasir cəmiyyət üçün daha zəruri olan istehsal istiqamətli sahibkarlıq fəaliyyət istiqamətlərinin elmi təhlillər əsasında müəyyənləşdirilməsi və müvafiq olaraq, dövlət tərəfindən bu istiqamətlərin inkişaf etdirilməsi üçün güzəştli kreditləşmə, vergitutma mexanizmləri işlənib hazırlanmış fəaliyyət göstərir. Məqsəd ondan ibarətdir ki, ardıcıl olaraq, sahibkarlıq fəaliyyətini genişləndirmək üçün şərait yaratmaqla xalqın tələbatının daha yaxşı təmin olunmasına imkan yaradılsın.

2. Müasir dövrdə kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması.

Onu qeyd etmək lazımdır ki, qəbul edilmiş qanunlar tam mükəmməl formadadır. Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən bir çox hüquqi sənədlərin adlarını Azərbaycan Respublikasında « Mülkiyyət haqqında », « Azərbaycanda dövlət müəssisələrinin özəlləşdirilməsi haqqında », « Əmtəə bazarlarında rəqabət və inhisar fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması haqqında » və s. qanunları çəkmək olar. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycan kiçik müəssisələrinin bugünkü fəaliyyətini tənzimləyən ümumiləşdirici qanunvericiliyin əsası vardır və mövcud olan qaydalar həyata tam keçirilməkdədir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan əhalinin iqtisadiyyatın və sahibkarlığın hüquqi tənzimlənməsinə aid olan qanunları dəqiq bilməli və qanunların, yerinə yetirilməsinə, sərəncam, əməl olunmaqdadır.

3. Müasir dövrdə əsas problemlərdən biri də kadr problemidir. Cəmiyyətimizə lazım olan sayda sahibkarlar fəaliyyət göstərir. Mövcud olan və yeni sahibkarlar isə müəyyən iqtisadi, təşkilati, maliyyə və s. biznes fəaliyyəti üçün zəruri olan biliklərə yiyələnmişlər.

Qarşıda duran problemlərdən biri də sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial müdafiəsidir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsində mövcud sosial-iqtisadi amilləri nəzərə almaqla, müsbət nəticələrə nail olmaq qeyri-mümkündür.

Odur ki, əhalinin pul gəlirinin artdıqca istehlak strukturunun xeyli yaxşılaşmasına səbəb olmuşdur. Gəlirlər əsasən ilk zəruri əmtəələrin alınmasına, hər şeydən əvvəl ərzaq məhsullarına və kommunal ödənməsinə sərf olunur.

FƏSİL III . MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ VƏ ONUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ.

3.1 Kommersiya fəaliyyətinin effektivliyinin artırılması yolları.

Müasir mərhələdə əmtəə mübadiləsi sahəsinin əsas hissəsi kimi ticarətin effektivliyinə xalq təsərrüfatı mövqeyindən baxmaq lazımdır. Ümumilikdə, effektivliyin iqtisadi effektivlik və sosial-iqtisadi effektivliyə bölünməsi qəbul olunub.

Bazar şəraitində effektivlik iqtisadi kateqoriya kimi məcmu xərclərin azaldılması və istehsal resurlarından istifadənin yaxşılaşdırılması ilə bağlı iqtisadi əlaqələri əks etdirir. Effektivlik resursların və ya xərclərin nəticələrinin ortaq ölçüsü ilə müəyyən edilir.

Müasir sosialevktivlik ticarətin sosial funksiyalarının yerinə yetirilməsini əks etdirir və işdənkənar vaxtdan səmərəli istifadə və son nəticədə istehlak xərclərinin səviyyəsindən asılı olan ticarət xidmətinin keyfiyyətini və əhalinin maddi və mədəni istehlak tələbinin təmin olunma səviyyəsini xarakterizə edir.

Ticarətdə effektivliyin müəyyən edilməsində öyrənilən hadisə və prosesin keyfiyyət mahiyyətini xarakterizə edən fərqləndirici əlamətin meyarı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İctimai istehsalda effektivlik əsas iqtisadi qanunlarla müəyyən edilir.

Ticarət effektivliyinin təsərrüfat meyarı mütləq birinci növbədə ictimai istehsal və onun effektivlik meyarından irəli gələn məqsədlə müəyyən olunmalıdır ; ikinci növbədə bütün ictimai istehsalın effektivlik göstəricilərini ümumiləşdirərək nəticə çıxarmaq ; üçüncü növbədə nəzərə almaq lazımdır ki, sahədə əmək sərfinin nəticəsi olan effekt təsərrüfatın digər sahələrində və ya ictimai istehsalın digər fazalarında olan əmək xərci ilə ümumiləşdirilə bilər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarətin iqtisadi effektivlik meyarı resurslardan səmərəli istifadə və minimum xərclərlə maksimum sosial-iqtisadi nəticə sayılır.

Yeni cəmiyyətin müasir inkişaf səviyyəsində sosial effektivlik meyarı insanın inkişafının formalaşmasına kömək səviyyəsi sayılır. Miqdar qiymətlərinin yüksək səviyyəsinə malik göstəriciləri xarakterizə edən iqtisadi effektivlikdən fərqli olaraq, sosial effektivlik həmişə miqdar ifadəsində olmur.

Ticarətdə effektivlik xərclər və nəticələrin əlaqələrini əks etdirən göstəricilərin köməyi ilə ölçülür. Ticarətin fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərə aiddir : pərakəndə mal dövriyyəsi, ümumi gəlir, təmiz gəlir. Ticarətin təmiz gəliri – milli gəlirin material xərcləri ödəmələr və sahənin digər xidmətləri çıxılmaqla yerdə qalan hissəsidir. Resurslar və xərclər digər xalq təsərrüfatı sahələri kimi təsnifləşdirilir : resurslar – material (əsas və dövriyyə fondları) ; məhsul (mal ehtiyatlarının məhsul fondları) .

Xərclər – birdəfəlik (əsas fondların avanslaşdırılmış xərcləri, dövriyyə və tədavül fondları) ; cari (tədavül xərcləri).

Qoyulmuş məqsəddən asılı olaraq resurslar və xərclərin nəticələrinin ölçülməsi yolu ilə effektivliyin bu və ya digər tərəfini xarakterizə edən göstəricilər müəyyən edilir.

Müasir dövrdə ticarətin iqtisadi effektivliyinin kompleks qiymətləndirilməsi üçün ticarət fəaliyyət effektivliyinin kompleks qiymətləndirilməsi üçün ticarət fəaliyyətinin effektivliyinin ikili ümumiləşdirilməklə qarşılıqlı təkmilləşdirilmiş əmsalının göstəricilər sisteminin qəbulu məqsədəuyğundur.

Ticarət effektivliyi :

$$G_{tic.feal} = \frac{Mal\ dövriyyəsi}{Resurslar}$$

Təsərrüfat effektivliyi :

$$G_{tes.hesab} = \frac{G_{əlir}}{Tədavül xərcləri}$$

Ticarətdə effektivlik göstəriciləri birinci növbədə fəaliyyətin nəticələrinin ümumiləşdirilmə səviyyəsinə görə fərqlənilirlər və ikincisi iqtisadi və sosial effektivlik göstəricilərinə bölünürlər. İqtisadi effektivlik göstəricilər sistemini dövriyyə vəsaitləri və əsas fondlarda istifadə olunan effektivliyi xarakterizə edən, canlı əməkdən istifadə effektivliyi, cari xərclərin effektivliyi göstəricilərinə bölünür.

Müasir dövrdə ticarətin təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələri, onun təşkilat və müəssisələri iki göstərici ilə - mal dövriyyəsi və gəlirlə qiymətləndirilir. Müasir şəraitdə ticarətin effektivliyinin qiymətləndirilməsində ümumiləşdirici göstərici kimi mal dövriyyəsi və ya gəlirin cəminin və bütün resursların cəminin nisbəti istifadə olunur.

$$G = \frac{Mal\ dövriyyəsi}{Resurslar}$$

$$G = \frac{G_{əlir}}{Tədavül\ xərcləri}$$

Resursverimlilik (R_v) və resursların gəlirliliyi (R_g) aşağıdakı düsturlar üzrə müəyyən edilir.

$$R_v = \frac{M}{\partial F + DV + \partial \ddot{O}F}$$

$$R_g = \frac{M}{\Theta F + DV + \Theta \ddot{O}F}$$

Harada, M – pərakəndə mal dövriyyəsinin həcmi, G – gəlirin həcmi, ΘF - əsas fondların orta illik dəyəri, DV – dövriyyə vəsaitlərinin orta illik məbləği, $\Theta \ddot{O}F$ - əməyin ödənilməsi fondudur.

Məcmu xərcin effektivliyi növbəti göstəricilərlə xarakterizə edilir :

$$\Theta_{MX} = \frac{M}{TX + KE_N}$$

$$\Theta_{MX} = \frac{G}{TX + KE_N}$$

Haradaki, Θ_{mx} – xərcverimlilik (faydalı iş əmsalı) ; G_{mx} – məcmu xərcin gəlirliliyi ; TX – tədavül xərclərinin cəmi ; K – kapital qoyuluşunun həcmi ; E_n – kapital qoyuluşunun effektivliyinin normativ əmsalıdır.

əsas fondlardan istifadənin effektivliyinin qiymətləndirilməsində aşağıdakı göstəricilər əsas sayılır :

$$Fondverimlilik = mal\ dövriyyəsi / əsas\ fondların\ orta\ illik\ dəyəri$$

$$Əsas\ fondların\ gəlirliliyi = gəlir / əsas\ fondların\ orta\ illik\ dəyəri$$

$$Fondtutumluluq = əsas\ fondların\ orta\ illik\ dəyəri / mal\ dövriyyəsi$$

Dövlətin əmsalı K_d – müəyyən dövrə dövriyyə vəsaitlərinin rəqəm ifadəsi – müəyyən dövrə məhsul satışının dövriyyəsini (M_s) həmin dövrə dövriyyə vəsaitlərinin (D_v) orta həcminə bölməklə hesablanır .

$$K_D = M_S : D_V$$

Dövriyyə vəsaitlərinin istifadə effektivliyi göstəricisi belə hesablanır :

$$G_{döv.vəs.ist.} = gəlir / dövriyyə vəsaitlərinin orta məbləği$$

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarət fəaliyyətinin effektivliyinin hesablanmasında cari xərclərin gəlirliliyi və kapital qoyuluşunun effektivlik əmsalı göstəriciləri böyük əhəmiyyətə malikdir.

$$Cari xərclərin gəlirliliyi = gəlir / tədavül xərcləri$$

$$Mal dövriyyəsində təd.xərc.səviy. = tədavül xərclərinin cəmi / mal dövriyyəsi \times 100 \%$$

$$G_k = \frac{Q \times T\Theta}{K} \times 100 \%$$

G_k – kapital qoyuluşunun effektivlik əmsalı ; Q – plan dövriyyəsi ; $T\Theta$ – mal dövriyyəsində ticarət əlaqəsinin orta ölçüsü, faizlə ; K – kapital qoyuluşu.

Göstəricilər sistemi müəssisənin işinin effektivliyinin müəyyənləşdirilməsi və qiymətləndirilməsinə, ayrıca resurslardan istifadənin və xərclərin effektivliyinin

təhlilinə, ehtiyatların aşkarlanması və müəssisənin işinin effektivliyinin artırılması yollarının müəyyənləşdirilməsinə imkan verməlidir.

Müasir dövrdə əhali təklifinin ödənilməsi səviyyəsi həmçinin, alıcı fondlarının mal dövriyyəsi ilə əhatə olunmasını xarakterizə edən göstəricinin köməyi ilə də qiymətləndirilir.

$$T = \frac{M_P}{I_F}$$

Belə ki, tələbin ödənilməsi səviyyəsinin dəyişilməsinin tendensiyası bu göstərici (T) ilə mühakimə etmək olmaz. Ona görə də indekslərlə xarakterizə olunan baxılan göstəricinin dinamikası böyük əhəmiyyət kəsb edir.

$$I_T = \frac{T_1}{T_2}$$

Belə ki, indeksödəmə qabiliyyətli tələbin təmin edilməsinin dəyişilməsi tendensiyasını müəyyən etməyə imkan verir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, ticarətdə effektivliyin müəyyən edilməsi ilə yanaşı onun artırılması da böyük əhəmiyyət kəsb edir. Ticarətin effektivliyinin artırılmasının əsas ehtiyatı mal ehtiyatlarının idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsi sayılır. Bununla əlaqədar olaraq, mal dövriyyəsi, xalq istehlakı mallarının istehsal planının yaxşılaşdırılması, mal resurslarının manevrinin və tələbin quruluşunun dəyişilməsi proqnozunun lazımi mobilliyinin təmin edilməsi zəruridir. Mal ehtiyatlarının lazımi miqdarda əhəmiyyətli artımı çox əhəmiyyətlidir. Bu resurslardan istifadə effektivliyini yüksəldəcək, mal ehtiyatlarının hərəkətsiz vəsaitlərinin cəmini azaldacaq.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövriyyə vəsaitlərinin istifadənin effektivliyinin artırılmasının əsas faktorlarından biri dövretmədir. Dövretmənin sürətləndirilməsi üçün mal ehtiyatlarının quruluşunu təmin etmək lazımdır. Tələblə mal ehtiyatları arasında uyğunsuzluq dövriyyə vəsaitlərinin zəifləməsinə, normal mal tədavülü prosesinin pozulmasına gətirib çıxarır.

Müasir şəraitdə ticarətin sosial-iqtisadi effektivliyinin artırılmasının, ticarət işçilərinin əməyinin təşkili və daha çox məhsuldar əmək şəraitinin yaradılması bilavasitə təsir göstərir. İqtisadiyyatın inkişafında idarəetmə heyətinin miqdar inkişafı ilə müqayisədə idarəetmə sisteminin effektivliyinin təşkilati inkişafı qarşısında məsələ qoyur.

Müasir dövrdə maliyyə, əmək və material resurslarına daha effektiv istifadə şəraitində, qabaqcıl təcrübə və idarəetmə əməyinin təşkilinin, texnika, texnologiya və elmi nailiyyətlərinin ticarətdə kütləvi tətbiqini təmin edən kompleks tədbirlər aparılır. İqtisadiyyatın daxili ehtiyatlarının tədqiqində, əmək məhsuldarlığının yüksəlməsində, dövriyyə vəsaitlərindən, əsas fondlardan istifadənin yaxşılaşdırılmasında, ticarət keyfiyyətinin yüksəldilməsində və ticarət işçilərinin yaradıcılıq fəallığının artırılması böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində respublikada iqtisadiyyatın ümumi vəziyyəti sabitlik, əsaslına praktiki iqtisadi ideyasının müasir tələblərə cavab verən istehlak bazarının tam kommersiya işinin iqtisadi effektivliyinin artırılması üçün işlərin lazımi səviyyədə görünməməsi ilə xarakterizə olunur. Onu qeyd etmək lazımdır ki, bütün bunlar son nəticədə ticarətin daha yüksək sosial-iqtisadi effektivliyinə nail olunmasına kömək edir.

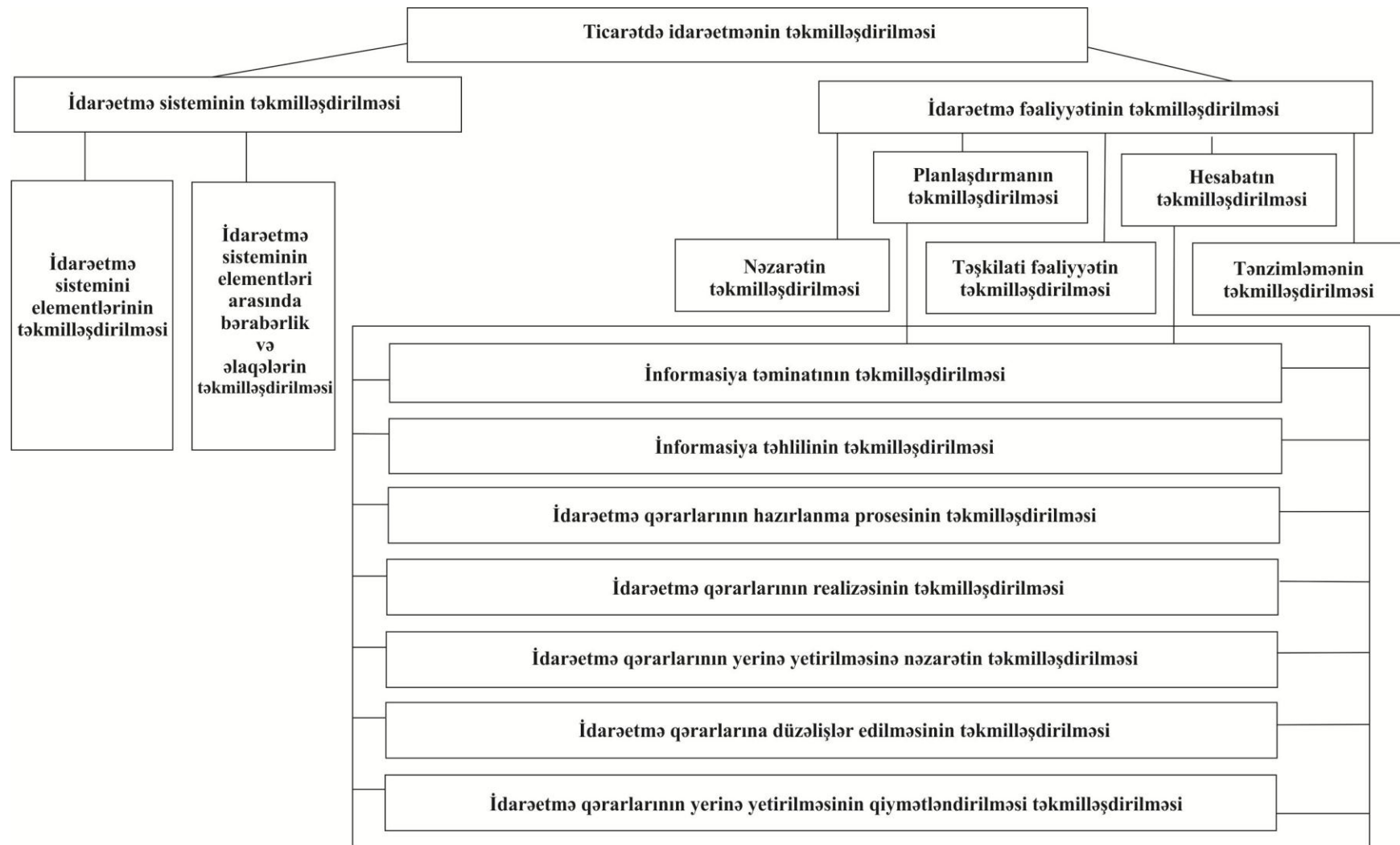
3.2 Ticarət fəaliyyətinin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ticarəti idarəetmənin təkmilləşdirilməsi mühüm kəsb edir. Belə ki, ilbəl əmtəə istehsalı həcmi artır, əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin yüksəlməsi, əmtəə çeşidinin genişlənməsi, ticarətin maddi-texniki bazasının inkişafının təkmilləşdirilməsi davam etməkdədir. Müasir dövrdə ticarətin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi dinamik olaraq, inkişaf edir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində hər bir ticarət sisteminin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsində istənilən ticarət ölkəsi bütövlükdə götürdükdə idarəetmə fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi müəyyənləşdirilir. Eyni vaxtda hər iki istiqamətdə təkmilləşdirmə də mümkündür. Sonra idarəetmə sisteminin elementlərinin, yaxud elementləri arasındakı əlaqələrin təkmilləşdiriləcəyi müəyyənləşdirilir. Daha sonra isə idarəetmə sisteminin bütün elementlərinin, yaxud konkret hər hansı bir elementlərin, yaxud hər hansı bir elementin təkmilləşdiriləcəyi müəyyənləşdirilir və s.

Ticarətdə idarəetmənin təkmilləşdirilməsində olan konkret çətinlikləri müəyyən etməyə imkan verir və kifayət qədər aydınlığını təmin edir.

Ticarətdə idarəetmənin kompleks təkmilləşdirilməsi idarəetmə fəaliyyətinin effektivliyinin artırılması məqsədi ilə qarşılıqlı əlaqəli, qarşılıqlı asılılığı və həyata keçirməli vahid tədbirlərdir. İdarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi ötəri, birdəfəlik tədbir deyildir, həyatın irəli sürdüyü zəruri problemlərin həllini dinamik proses



Sxem (3.1)

Müasir dövrdə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi onun fəaliyyətində yüksək nəticələr əldə edilməsinə yönəldilən kompleks tədbirlərdən ibarətdir. Hər şeydən əvvəl, istehsalın intensiv inkişafı və onun səmərəliliyinin yüksəldilməsini təmin etməlidir ki, bu da sonda öz əksini əhalinin həyat səviyyəsində göstərir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmə kadrlarının hazırlanması, onların ixtisas səviyyəsinin müntəzəm olaraq yüksəldilməsi, idarəetmədə elmin və texnikanın son nailiyyətlərində geniş istifadə edilməsi, idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsinin mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Müasir şəraitdə ticarəti idarəetmə sisteminin səmərəliliyi, onun bütün elementləri və bu elementlər arasındakı əlaqələri təkmilləşdirmək yolu ilə yüksəltmək zəruridir. İdarəetmə əməyinin yüksək səmərəliliyi, idarəetmə aparatının optimallaşdırılması, yəni sadələşdirilməsi, yaxşılaşdırılması və ucuzlaşdırılması yolu ilə təmin edilməlidir. İdarəetmə əməyinin təkmilləşdirilməsi idarəetmə aparatının avtomatlaşdırılması nəticəsində mexaniki əməkdən avtomatlaşdırılmış əməyə keçməklə mümkündür.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmədə ticarət fəaliyyətinin və xidmət mədəniyyətinin yüksəldilməsi, iqtisadi amillərin rolunu yüksəltməklə, ticarətdə elmi-texniki tərəqqini sürətləndirməklə, əmək və mal-material ehtiyatlarından səmərəli istifadə etməklə təmin edilməlidir. İdarəetmədə iqtisadi metodlar, ticarət kollektivləri qarşısında qoyulmuş vəzifələrin yerinə yetirilməsində onların maddi marağını artırmağa imkan verir.

Müasir mərhələdə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi, müxtəlif ticarət sistemlərindəki nailiyyətlərin düzgün əlaqələndirilməsi ilə idarəetmə halqalarının azaldılması, əlaqələrin, informasiya təminatının düzgün qurulması, idarəetmə nəzarətinin daha mütərəqqi formalarının tətbiqi, idarəetmə aparatının səmərəliləşdirilməsi əsasında əldə edilir.

3.3 Marketing araşdırmaların idarə edilməsi sisteminin inkişaf istiqamətləri.

Firmanın bazar fəaliyyəti, o cümlədən biznes-planın bütün bölmələrinin formalaşdırılması bazarın marketing tədqiqi əsasında baş verir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində marketingin ən əsas xüsusiyyəti ikili və bir-birini tamamlayan yanaşmadan ibarətdir. Bir tərəfdən firmanın bütün fəaliyyəti o istehsal proqramının formalaşdırılması, elmi-texniki tədqiqat işləri sərmayə, maliyyə vəsaitləri, işçi qüvvəsi, satış proqramı, texniki xidmət və başqa istehlak tələbatının və onun dəyişməsinin hərtərəfli və obyektiv öyrənilməsinə əsaslanmalıdır. Burada alıcıların, istehlakçıların ödənilməyən ehtiyatlarının aşkar edilməsidir. İstehsalın tələbatın ödənilməsinə yönəldilməsi də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Digər tərəfdən, ən mühüm yanaşma bazara və mövcud tələbatla aktiv təsir göstərməklə, yeni tələbatın yaradılmasıdır. Müasir dövrdə marketingin ən əsas prinsipi, istehsalın son nəticələrinin istehlakçıların arzu və tələbatlarının ödənilməsinə yönəldilməsidir.

əmtənin istehsalı və istehlakçılara çatdırılması çox mürəkkəb və kompleks bir məsələdir. Odur ki, bu məsələnin həlli üçün marketing bir sıra funksiyaları yerinə yetirməlidir :

1. Analitik ;
2. İstehsal ;
3. Satış

Marketingin analitik funksiyası aşağıdakıların öyrənilməsinin əhatə edir :

- istehlak fəaliyyəti ;
- rəqiblər funksiyasını ;
- əmtəə və onun qiymət siyasətini ;
- əmtənin hərəkəti və satış funksiyasını ;
- satışın stimullaşdırılması və reklam sistemini ;
- müəssisənin daxili mühitini yerinə yetirir.

Müasir marketingin istehsal funksiyasına isə aşağıdakı funksiyaları əhatə edir:

- yeni əmtəə istehsalının təşkili texnologiyanın tətbiqinə istiqamətləndirmək metodu ;

- maddi-texniki təchizatın təmin edilməsi üsulu ;

- əmtəənin keyfiyyətinin və rəqabət qabiliyyətinin idarə edilməsi.

Müasir marketinqin satış funksiyasına aşağıdakılar daxildir :

- əmtəənin hərəkəti sisteminin təşkil edilməsi ;

- servis xidmətinin təşkili sistemi ;

- tələbatın formalaşdırılması və satışın stimullaşdırılması sisteminin təşkili ;

- məqsədyönlü əmtəə siyasətinin yeridilməsinin təşkili ;

- qiymət siyasətinin həyata keçirilməsi.

Müasir mərhələdə marketinqin ən mühüm funksiyalarından biri də idarəetmə və nəzarət funksiyasıdır :

- müəssisədə strateji və operativ planlaşdırmanın təşkili ;

- kollektivin idarə edilməsi üzrə informasiya təminatı ;

- müəssisədə kommunikasiya sisteminin təşkili ;

- əks əlaqə və vəziyyətin təhlili əsasında marketinqin nəzarəti.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində marketinqə nəzarətin məqsəd və vəzifələrinin imkanlarının qiymətləndirilməsi, bazar fəaliyyətinin öyrənilməsi və bu istiqamətdə firmanın iqtisadi perspektivlərinin müəyyənəşdirilməsidir. Cari və operativ fəaliyyət prosesində nəzarət formalarından qarşılıqlı şəkildə istifadə olunur.

Hər bir firma marketinq fəaliyyətindən bir üsul olaraq, istifadə etməklə, özünün bazardakı fəaliyyətini vaxtaşırı yenidən qiymətləndirir.

Biznes sistemində sahibkarlıq funksiyasının rolu aşağıdakı sxemdə göstərilmişdir.

Sahibkarlıq funksiyaları arasındakı əlaqə

Daxili amillər	Müəssisə	Məhsul	Menecer
	İşçi qüvvəsi		Kadrlar
	Tələbat və materiallar		Təchizat
	Maliyyə	Dəyişdirilmə	Mühasibat uçotu
	Məhsul buraxılışı	Hazır məhsul və xidmətlər	İstehsal
Qiymətlər gəlirlər		Mübadilə (satış-alış)	Marketing

Məhsul buraxılışı və xidmətlər, məhsulun qiyməti, gəlir, habelə mübadilə (satış) marketingin funksiyasına daxildir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, məhsul buraxılışı prosesi biznesin istehsal funksiyasına daxildir. Məhsul buraxılışının marketing funksiyasına daxil olması, yalnız nə istehsal etmək, üzrə biznesin isitqamətini müəyyən edir. Digər ziddiyyətli cəhət isə qiymət və gəlirdir. Qiymət birbaşa istehsal məsrəflərinə təsir edir və formalaşır, firma bazara çıxardığı məhsul və xidməti, maya dəyəri və mənfəətin həcmi əsasən qiymətləndirir. Belə ki, qiymət tələb və təklif qanunu əsasında bazarda mübadilə prosesində müəyyən edilir. Bu ziddiyyətlər kiçik biznesin təşkili üzrə müəyyən problemlər və habelə biznesin funksiyaları ilə marketing funksiyaları arasında münaqişələr yaradır.

Biznes praktikasına marketing konsepsiyasının yeridilməsi aşağıdakı məsələləri həll etməyə imkan verir :

- müasir şəraitdə bazarı, əmtəənin bölüşdürülməsini, yerləşdirilməsini və reklam vasitəsi ilə alıcı və satıcı arasında ikitərəfli münasibət yaradılır ;
- bazar tələbatlarının keyfiyyət və kəmiyyət səviyyəsindən, istehlakçının alıcılıq qabiliyyətindən asılı olaraq, istehsal parametrləri müəyyən edilir ;
- bazarda reklam və satışın stimullaşdırılmasının digər formalarının inkişafının təmin edilməsi ;

- sahibkarlıqda başlıca məqsəd kimi istehlakçının tələbatının ödənilməsinin əlaqələndirilməsi .

Müasir şəraitdə marketing konsepsiyasının tətbiqi kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyini yüksəltməkdir, tələbə müvafiq buraxılır. Marketingin biznes praktikasına daxil olması marketingin funksiyası kimi mühüm olmuşdur və marketing sahibkarlığı idarə edilməsidir. Biznes öz qarşısında elə vəzifələr qoymalıdır ki, o, əvvəlcə alıcının tələbatına uyğun gəlsin. Bundan sonra isə mövcud resurslardan və imkanlardan irəli gəlsin. Biznes öz vəzifəsini daha çox məhsullarına konkret tələb ifadəsində ümumi (məcmu) tələb şəklində müəyyən etməlidir.

Müasir şəraitdə marketing fəaliyyətini yaxşılaşdırmaqdan ötrü hər bir müəssisə haqqında tam informasiyaya malik olmalıdır. Bu məqsədlə istehlakçının razıqalma dərəcəsi, rəqabətdə meyllər, dövlət idarələri ilə qarşılıqlı münasibətlər, iqtisadi durum, kütləvi informasiya vasitələrinin hərəkəti daim öyrənilir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, təchizatın və mənfəətin dinamikası dərindən təhlil edilir. Təchizat şəbəkəsinin müxtəlif iştirakçıları ilə danışıqlar aparılır ; informasiyaların alınması və öyrənilməsinin müxtəlif metodlardan istifadə olunur.

Müasir dövrdə biznesin planlaşdırılması marketingin tədqiqi əsasında onun planından başlanır, sonra isə istehsal planı, məhsul buraxılışı planı, bazar fəaliyyəti planı və nəhayət maliyyə planı tərtib edilir. Biznesin həlledici şərt maliyyə-pul kapitalı olsa da, əsas sənəd tərtib edilən plandır. Firma biznes üzrə rəqabət aparırsa, onda hökmən maliyyə vəsaiti əldə etməlidir.

Pərakəndə ticarətdə kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsi dörd sistemdən təşkil olunur :

- müasir marketing araşdırmalarının idarəedilməsi sisteminin təqdimi ;
- müasir məhsul keyfiyyətinin və çeşidinin idarəedilməsi sisteminin təqdimi ;
- müasir yığım və bölüşdürmənin idarəedilməsi sisteminin təqdimi ;
- müasir reklamın stimullaşdırılmasının idarəedilməsi sisteminin təqdimi .

Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin kompleks idarə edilməsi sistemi təkcə, effektivliyin artırılmasına deyil, həm də bu fəaliyyətin keyfiyyətcə yeni səviyyədə həyata keçirilməsinə istiqamətlənmişdir. Odur ki, əsas istiqamət bazara istehlakçılara və həmçinin yüksək iqtisadi nəticələrə yönəlmişdir. Müasir dövrdə bunlarsız pərakəndə ticarətin əsas məsələsini – konkret qrup istehlakçı tələbinə uyğun olaraq pərakəndə ticarət müəssisəsini yüksək keyfiyyətli xalq istehlakı malları ilə fasiləsiz təchiz etmək və vaxtında təmin etmək mümkün deyildir.

Dissertasiya işi kommersiya fəaliyyəti əsasında mənfəət əldə etmək məqsədi ilə alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsinə yönəldilmiş ticarət proseslərini özündə əks etdirir. Kommersiya mənfəət əldə edilməsinə yönəlmiş fəaliyyətdir. Yüksək səviyyədə təşkil olunmuş kommersiya fəaliyyəti mənfəəti əldə edilməsinə yönəlmiş fəaliyyəti özündə əks etdirir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində milli kommersiya fəaliyyəti yaxşı təşkil olunmuşdur. O, dünya standartlarına cavab verir, bazarda baş verən dəyişikliklərə tez reaksiya verir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində milli sahibkarlar qarşısında duran əsas məsələ müəssisənin kommersiya fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması sayılır.

Müasir dövrlərdə respublikanın ticarət səviyyələrdə kommersiya fəaliyyətində əhalinin həyat səviyyəsində özünü göstərən müsbət dəyişikliklər baş verməkdədir. Bunu statistik göstəricilər də (ÜDM-un həcmi, adambaşına düşən mal dövriyyəsi, əhalinin pul gəlirləri və s.) sübut edir. Lakin bu sahədə öz həllini gözləyən problemlər də mövcuddur. Ticarətdə kommersiya fəaliyyətinin hərtərəfli inkişafı, əhalinin tələbatının dolğun və keyfiyyətli təmin edilməsi, iqtisadi göstəricilərin dünya standartlarının səviyyəsinə çatdırmaqdan ibarətdir. Sahibkarların bu sahədə olan marağını artırmaq üçün müxtəlif dövlət güzəştləri verilməkdədir.

Azərbaycanın təbii sərvətləri, coğrafi mövqeyi, geniş elmi-texniki və istehsal potensialına malik olması, aparılan radikal islahatların dərinləşdirilməsi prosesində onun yüksək iqtisadi nəticələr əldə etməsinə imkan verir.

Azərbaycanda dünyanın inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatlı ölkələrin iç təcrübəsindən tənəzzüldən çıxarmağın ən mühüm yolu, kiçik biznesin formalaşması və inkişafı təcrübəsindən istifadə edilir.

Biznesin təşkili və səmərəli idarə edilməsi müstəsna rol oynayır. Son beş ildə ölkəmizdə kiçik biznesin fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin sayı 2,6 dəfə artmaqla, özündə 20 min nəfərə yaxın əmək qabiliyyətli əhalini cəmləşdirərək, iqtisadi məkanda özünə müvafiq rolu formalaşdırsa da, o özünün inkişaf dövrünü keçirmişdir.

Müasir dövrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafında xarici ölkə səhmdarlarının investisiyalarından istifadə etməklə, respublikada birgə müştərək müəssisələrin fəaliyyətini genişləndirmək xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Odur ki, birgə müəssisələrdə xarici kapitallardan istifadə edərək istehsal sahələrini genişləndirmək, texnologiyanı təkmilləşdirmək, yeni, yüksək keyfiyyətli məhsullar istehsal etməklə həm respublikanın daxili bazarını mallarla təmin etmək, həm də xarici mal ixrac etmək imkanı genişlənir. Onu qeyd etmək lazımdır ki, bu cəhətdən xarici investisiyadan istifadə edilməsi həmçinin yerli işçi qüvvəsindən istifadə etməklə müəyyən dərəcədə əhalinin işlə təmin edilməsində əhəmiyyətliidir.

Müasir şəraitdə xarici investorların iştirakı ilə müştərək müəssisələrin sayı artmış, kooperativ icarə və s. müəssisələri geniş vüsət almışdır. Maliyyə Nazirliyi tərəfindən bir çox səhmdar cəmiyyətləri, səhmdar banklar, səhmdar firmalar yaradılmışdır.

Müasir dövrdə respublikamızda sahibkarlığın fəaliyyətinin müvafiq qanunvericilik aktları ilə yanaşı « Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında » Azərbaycan Respublikası qanunu «Xarici investorların qorunması haqqında»Azərbaycan Respublikasının qanunun, 1997-ci ilin iyul ayında «Dövlət nəzarətinin istehsal, xidməti və maliyyə kredit fəaliyyətində qaydaya salınması və əsassız yoxlamaların qadağan edilməsi haqqında»Respublika prezidentinin göstərişi ilə sahibkarlıq fəaliyyəti daha artırıldı.

Bazar münasibətləri şəraitində kommersiya fəaliyyətinin formalaşmasında sahibkarlığının inkişafı məqsədilə dövlət müəssisələrinin özəlləşdirilməsi işini sürətləndirilməsinin ilkin şərtləri yaradılmış və bu məqsədilə «Azərbaycan Respublikasında 1995-1998-ci illərdə Dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinin» Dövlət proqramının təsdiqi yerinə yetirilmişdir.

Müasir dövrdə iqtisadi həyatda sahibkarlığın iqtisadi proseslərdə böyük rol oynayır. Bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin formalaşmasında əsas subyekt olan sahibkar və sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılmasıdır. Biznes planlarının hazırlanması, onların dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və problemlərin həlli ilə əlaqədar olaraq, müvafiq firmalar dünyanın ən qabaqcıl ölkələrinin təcrübəsindən istifadə edirlər.

Biznesin təşkili və inkişaf etdirilməsi sahəsində qəbul edilmiş proqramlar, qərarlar, onların fəaliyyətinə göstərilən dövlət qayğısı, cəlb edilən xarici investisiya və s. həmin fəaliyyətin səmərəli təşkilinə imkan yaratmışdır. Həmin təyinatlı müəssisələrə əsasən ticarət, ictimai işə, yüngül sənaye, kənd təsərrüfat məişət-kommunal xidməti sahələri aiddir. Hüquqi şəxs formasında fəaliyyət göstərən yeni kiçik müəssisələrin qeydiyyatı 1998-ci ildən başlayaraq, biznes fəaliyyəti göstərən sahibkarların sayı xeyli artmışdır.

Ölkəmizdə bank-kredit, vergi və gömrük sistemi inkişaf etməkdədir. Respublikamızda kiçik biznesin inkişafına müsbət təsir göstərən amillərin mühüm əhəmiyyəti vardır. Kiçik biznesə kömək və onun inkişafı sahəsində aşağıdakı bir sıra tədbirlər və tövsiyələri həyata keçirmək məqsəduyğundur :

- inkişaf etmiş ölkələrinin biznesə kömək və onun təcrübəsini öyrənilərək, milli xüsusiyyətə uyğun olaraq ondan səmərəli istifadə edilməsi ;
- sahə proqramının işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsinə nail olmalı ;
- sahibkarlığın formalaşması və inkişafı, fəaliyyətlərinin növü, səmərəli idarə olunması və cavabdehlik prinsiplərinə əsaslanmalı ;
- biznes fəaliyyəti göstərən istehsal təyinatlı müəssisələrin inkişafına üstünlük verməklə, bazasında təşkilati-iqtisadi və maliyyə təminatı verilməli ;

- biznes fəaliyyətinin stimullaşdırılması və maliyyə təminatı, büdcə vəsaiti ilə yanaşı, müvafiq inventarizasiya proqramlarının işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsidir. Proqramların həyata keçirilməsində dövlət və özəl qurumların qarşılıqlı iştirakı təmin olunmalıdır ;
- respublikamızın regionlarında ixtisaslaşdırılmış lizinq xidmətinin yaradılması strateji cəhətdən əlverişli olmalı ;
- biznes fəaliyyətinin əsaslı inkişafına, ölkəmizdə fəaliyyət göstərən şirkətlərə kooperasiya əlaqələrini gücləndirmək, daxili istehsalçılar arasında istehsal və maliyyə əlaqəsinin, lizinq işinin genişləndirilməsi ;
- müasir dövrdə biznes fəaliyyəti üçün zəruri olan tələbatlardan biri onların sığorta təminatıdır. Bu məqsədlə mövcud qanunvericilik aktlarında təminatverici müddəaların nəzərdə tutulması ;
- ölkə miqyasında ixtisaslaşdırılmış bankları, investisiya zəmanət fondunun, sığorta kompaniyalarının və s. şirkətlərini əhatə edən maliyyə infrastrukturlarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi ;
- biznes fəaliyyəti müəssisələr arasında təsərrüfat inteqrasiyasının yaradılması və inkişafı da bütünlüklə sahibkarlıq fəaliyyətinin genişlənməsinə imkan yaratmalı ;
- respublikanın regionlarında biznesin inkişafı və ona kömək məqsədi ilə kreditlərdən geniş istifadə edilməsinə şərait yaradılmışdır.
- bazar iqtisadiyyatı ölkələrinin iş təcrübəsi əsasında respublikamızda biznes fəaliyyəti təhlil edilir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Aparılmış tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, dissertasiya işində bir sıra ümumiləşdirilmiş nəticələr çıxarılmış və konkret praktiki olaraq tövsiyələr verilmişdir. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir :

1. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya fəaliyyətinin idarəetmə texnologiyası yeni bir istiqamətdə formalaşmışdır. İdarəetmə qərarlarının keyfiyyətinin yüksəldilməsi istiqamətini əks etdirir.

Ticarət praktiki olaraq, iqtisadi fəaliyyətin məzmununu tam şəkildə əks etdirir. O, həm də alıcını qane edəcək qiymət haqqında razılaşmağa gəlirlər. Müasir dövrdə kommersiya fəaliyyətinin əsas məqsədi araşdırılmışdır, o, cümlədən sirrini. Müasir şəraitdə elmi-tədqiqat layihələrin proqram təminatı genişləndirilməlidir.

Kommersiya işində effektivlik elementlərini nəzərə almaqla malın hərəkəti prosesinin təşkili və onun həyata keçirilməsi məqsədəuyğundur.

Müasir bazar dəyişkənliyinin proqnozlaşdırılması və operativ uçotun həyata keçirilməsi zəruridir.

Müasir kommersiya – alıcı tələbinin ödənilməsi proseslərinin fəaliyyəti genişlənməlidir.

2. Müasir dövrdə bazarın idarəedilməsi sistemində qabaqcıl texnologiyasının tətbiq edilməsi fəaliyyəti genişləndirilməlidir.

Bazarın idarə edilməsi texnologiyası özündə idarəetmə qərarlarının hazırlanması və reallaşmasını, özünə informasiya axınları və informasiya dövriyyəsinə daxil edən dövrə hadisə kimi çıxış edir.

3. Kommersiya fəaliyyətinin formalaşmasında alqı-satqı müqaviləsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Odur ki, müqavilələrin həyata keçirilməsini normativ bazası Azərbaycan Respublikası Mülki Məcəlləsidir.

Müasir dövrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili zamanı risk qruplarının azaldılmasına yanaşmalardan biri kimi çıxış edə bilər.

Metodiki planda sahibkarlıq fəaliyyətinin idarəetmə texnologiyasının metod və üsulların təkmilləşdirilməsinin istiqamətləri :

- müasir firmanın inkişaf strategiyasının müəyyən edilməsindən, strateji məqsədlərə, texnologiyaya, resurslara və məqsədlərə nail olmaqdan ibarətdir.
- kommersiya fəaliyyətinin idarəetmə texnologiyasının tərkibi təşkilati mühitlərin xarakteristikasından, bazar subyektləri arasından qarşılıqlı fəaliyyət modellərindən, infrastruktur modellərindən və tabelik qaydalarından ibarətdir .

Sahibkarlığın təşkilati-hüquqi forması əsasən aşağıdakı funksiyalar vasitəsilə reallaşmalıdır :

- kiçik müəssisələrin yaradılması və fəaliyyətə başlaması üçün ilkin kapital tələb olunur ;
- kiçik müəssisələr iqtisadi fəaliyyətdə daha cəld və çevikdirlər və tez bir zamanda bazar konyukturasına, alıcıların tələblərinə uyğunlaşa bilirlər ;
- kiçik müəssisələr yüksək rentabelliyyətə malikdirlər, istehsal xərcləri ucuz başa gəlir ;
- kiçik müəssisələrdə kapitalın dövriyyəsi iri müəssisələrə nisbətən daha tez baş verir ;
- müasir dövrdə kiçik müəssisələr yeni ideyaların, yeni texnologiyanın yaradılması və mənimsənilməsi sahəsində iri müəssisələrə nisbətən daha əlverişli imkanlara malikdir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kreditlər və investorların əksəriyyəti keyfiyyətli biznes-planı görməsələr biznesə pul qoymazlar. İnvestorlar diqqəti əsasən aşağıdakılara əməl etməlidirlər :

- praktiki olaraq xalq təsərrüfatının geniş yeni bölmələrinin yaradılması ;
- cəmiyyətin müasir inkişaf səviyyəsində sosial effektivlik meyarı əhali inkişafının formalaşmasına kömək səviyyəsi sayılır ;
- ticarət fəaliyyətinin effektivliyinin hesablanmasında cari xərclərin gəlirliyi və kapital qoyuluşunun effektivlik əmsalı göstəriciləri araşdırılmışdır ;

- müasir dövrdə ticarətin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi dinamik bir proses kimi araşdırılmışdır ;

- idarəetmədə kadrların hazırlanması, elmin və texnikanın son nailiyyətlərində geniş istifadə edilməsi, idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi araşdırılmışdır ;

- informasiya təminatının düzgün qurulması, idarəetmə nəzarətinin formalaşması müəyyən edilmişdir.

Marketinqin ən əsas prinsipləri istehsalın son nəticələrinin istehlakçıların arzu və tələbatlarının ödənilməsinə yönəlmişdir. əmtəələrin istehsalı və istehlakçılara çatdırılması çox mürəkkəb bir sıra funksiyaları yerinə yetirmişdir.

Marketinq analitik, istehsal və satış funksiyalarını yerinə yetirir.

Biznes praktikasına marketinq konsepsiyasının yeridilməsi aşağıdakı kompleks məsələləri həll etməyə imkan verir :

- bazarı, əmtəələrin bölüşdürülməsi, yerləşdirilməsini və reklam vasitəsi ilə alıcı və satıcı arasında ikitərəfli münasibət yaratmaqdır ;

- tələbatların keyfiyyət və kəmiyyət səviyyəsindən istehlakçının alıcılıq qabiliyyətindən asılı olaraq, istehsal parametrləri müəyyən edilmişdir ;

- reklam və satışın stimullaşdırılmasının digər formalarının inkişafı təmin olunur ;

- sahibkarlıqda başlıca məqsəd kimi istehlakçının mənafeyinin ödənilməsi əlaqələndirilir.

Müasir şəraitdə marketinq konsepsiyasının tətbiqi kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyini yüksəltməkdir, əmtəə tələbə uyğun buraxılır. Marketinqin biznes funksiyasına daxil olması mühüm olmuşdur və marketinq sahibkarlığı idarə etməlidir. Biznes öz qarşısına elə vəzifələr qoymalıdır ki, o, alıcının tələbatına uyğun olsun.

Müasir mərhələdə marketinq öz fəaliyyətini yaxşılaşdırmaq üçün ilk növbədə hər bir müəssisə haqqında tam məlumata malik olmalıdır. Odur ki, bu məqsədlə istehlakçının razılaşma dərəcəsi, rəqabətdə meyllər, iqtisadi durum, təchizat,

mənfəət dərindən təhlil edilir və informasiyanın öyrənilməsinin müxtəlif metodlarından istifadə edilir.

Pərakəndə ticarətdə kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsi 4 sistemdən təşkil olunur :

- müasir marketing araşdırılmasının idarə edilməsi sisteminin təşkili ;
- müasir məhsul keyfiyyətinin və çeşidinin idarəedilməsi sisteminin təqdimi ;
- müasir yığım bölüşdürmənin idarəedilməsi sisteminin təqdimi ;
- müasir reklamın stimullaşdırılmasının idarəedilməsi sisteminin təqdimi.

Biznesin təşkili və inkişaf etdirilməsi sahəsində qəbul edilmiş proqramlar, qərarlar, onların fəaliyyətinə göstərilən dövlət qayğısı, cəlb edilən xarici investisiya həmin fəaliyyətin səmərəli təşkilinə imkan yaratmışdır.

Respublikada biznesin inkişafına müsbət təsir göstərən amillərin mühüm əhəmiyyəti vardır. Biznesin inkişafı sahəsində aşağıdakı tədbirlər və tövsiyələri həyata keçirilməsi zəruridir :

- inkişaf etmiş ölkələrin biznesə kömək və onun təcrübəsini öyrənmək, milli xüsusiyyətə uyğun olaraq ondan istifadə etmək ;
- sahə proqramlarının işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsinə nail olmalı;
- sahibkarlığın formalaşması və inkişafı, fəaliyyətinin növü, səmərəli idarə olunması və cavabdehlik prinsiplərinə əsaslanmalı ;
- biznes fəaliyyəti göstərən istehsal təyinatlı müəssisələrin inkişafına üstünlük verməklə, bazarda təşkilati-iqtisadi və maliyyə təminatı verməli ;
- biznes fəaliyyətinin stimullaşdırılması və maliyyə təminatı, büdcə vəsaiti ilə yanaşı, müvafiq inventarizasiya proqramlarının işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsidir. Proqramların həyata keçirilməsində dövlət özəl qrupların qarşılıqlı iştirakı təmin olunmalıdır ;
- biznes fəaliyyətinin əsas inkişafına, ölkəmizdə fəaliyyət göstərən şirkətlərə kooperasiya əlaqələrini gücləndirmək ;

- daxili istehsalçılar arasında istehsal və maliyyə əlaqələrinin lizinq işinin genişləndirilməsi ;

- ölkə miqyasında ixtisaslaşdırılmış bankları, investisiya zəmanət fondunun, sığorta kompaniyalarının şirkətlərini əhatə edən maliyyə infrastrukturlarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi ;

- biznes fəaliyyəti müəssisələr arasında təsərrüfat inteqrasiyasının yaradılması və inkişafı da bütünlüklə sahibkarlıq fəaliyyətinin genişlənməsinə imkan yaratmalı ;

- respublikanın regionlarında biznesin inkişafı və ona kömək məqsədi ilə kreditlərdən geniş istifadə edilməsinə şərait yaradılmışdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində respublikamızda müasir dövrdə kommersiya fəaliyyəti inkişaf edir və təkmilləşir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, B.1995
2. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, B.1999
3. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi, B.2000
4. “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, B.1996
5. “Müəssisələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, B.1996
6. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin materialları
7. Feyzullabəyli İ.Ə. Ticarətin iqtisadiyyatı. B.2002
8. Feyzullabəyli İ.Ə. “Biznes,bazar,ticarət,marketing,plan-nədir” B.2012
9. K.P.Paşayev “Ticarətin idarə edilməsi (menecmenti)”, B.2009
10. K.P.Paşayev “Kommersiya fəaliyyətinin əsasları” B.2010
11. K.P.Paşayev və başqaları, “Kommersiya menecmenti”, Dərslik. B.2012
12. Самедов А.Г. «Управление рынком: теория и практика»Б.2005
13. Мəmmədov Т.С. “Ticarətin təşkili və texnologiyası” B.2006
14. Ağamalıyev M.Q “Kommersiya fəaliyyətinin təşkili” B.2004
15. Панкратов Ф.Г. «Коммерческая деятельность» М.2008
16. Абчук В.А. «Коммерция» Санкт-Петербург.2000
17. Дашков Л.П. «Коммерция и технология торговли» М.2002
18. Виноградова С.Н. «Коммерческая деятельность» М.1998
19. Котлер Ф. «Основы маркетинга» М.1996
20. А.Қари, F.Kotler “Marketing: ilk addım”, Bakı,2006
21. Ş.Axundov “Marketing əlifbası” Ali məktəblər üçün dərslik,2006
22. Yavər Məlikov “İnformasiya iqtisadiyyatı” Bakı.2009
23. П.Панкрухин «Маркетинг», Москва,2006
24. Т.Мəmmədov. İdarəetmənin əsasları. 2003
25. Т.Қuliyev. idarəetmənin əsasları. 2003
26. М.Ағамалыев, М.Мəmmədrzayev. Kommersiya fəaliyyəti. 2004
27. Ş.Axundov. Marketingin əsasları. 2001