

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Böhran dövründə maliyyə resurslarının idarə edilməsi məsələləri:
Azərbaycanın bank sektoru nümunəsi”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Şixkərimli Cərulla Elçin

BAKİ - 2019

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCANDÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d.,dos. Əhmədov Fariz Saleh

“ ____ ” ____ 20__ -ci il

**“Böhran dövründə maliyyə resurslarının idarə edilməsi məsələləri:
Azərbaycanın bank sektoru nümunəsi”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisaslaşmanın şifri və adı: 060403 – Maliyyə

İxtisaslaşma: Maliyyə Menecmenti

Qrup: 640

Magistrant

**Şixkərimli Cərulla
Elçin oğlu**

Elmi rəhbər

i.e.n.,dos.Quşxani Rauf Nəsir oğlu

Proqram rəhbəri

**i.e.n.,dos.Seyfullayev İlqar
Zülfüqar oğlu**

Kafedra müdiri

i.e.n.,prof.Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu

BAKİ – 2019

Financial resources management issues during the crisis: An Example of Azerbaijan's Banking Sector

SUMMARY

The relevance of research: The Bank products market is a large and very special market counted. The peculiarities of the commitment between the subjects of the said market are different from that of the market through state regulation, but, the market of banking products differs from market relations - the specific nature of the occurrence of banking products and services.

Purpose and tasks of the research: The main purpose of the research is to analyze marketing management strategy in the banking products market.

Used research methods: During the study, observation and analysis methods were used.

Research information base: The research database includes resources from the economy and finance, books, library materials, and internet resources

Research restrictions: Scientific and practical significance of results. For the first time, research on the current subject is a material that can be used in the future for students studying in this field.

Structure and volume of dissertation work. The dissertation consists of the introduction, three chapters, a list of results and literature. The volume is 87 pages

Research results: Scientific-practical results obtained as a result of the research are grouped as follows:

- Bank marketing - the impact of banking services on customers
- The features of organizing the marketing model of the bank's activity are considered
- Marketing strategies used in the country's banking products market have been studied
- The aspects of expanding the opportunities for applying the marketing concept of banks were studied

***Key words:* Crisis period, marketing strategies, financial sector**

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABŞ:	Amerika Birləşmiş Ştatları
AİB:	Asiya İnkişaf Bankı
ANAMA:	Azərbaycanda Minalara Qarşı Milli Agentliyin
ATM:	Automated Teller Machine
AB:	Avropa Birliyi
DB:	Dünya Bankı
DİA:	Dünya İnkişaf Assosiasiyası
ƏDV:	Əlavə Dəyər Vergisi
İİB:	İslam İnkişaf Bankı
MB:	Mərkəzi Bankdır
UNDPB:	MT-nin İnkişaf Proqramı

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	6
I FƏSİL. MALİYYƏ SEKTORUNUN İNKİŞAFINDA BANK SEKTORUNUN ROLU VƏ ƏHƏMİYYƏTİ.....	10
1.1. Bankın mahiyyəti və resursların idarə edilməsində rolu.....	10
1.2. Bank sektorunda maliyyə resursları, onların tərkibi və quruluşu.....	17
1.3. İqtisadiyyatda bankların fəaliyyəti.....	20
II FƏSİL. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA BANKLARIN TƏHLİLİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ.....	27
2.1. Bank sisteminin hüquqi fəaliyyətinin müasir vəziyyəti.....	27
2.2. Azərbaycan manatının (AZN) devalvasiyasının bank sektoruna göstərdiyi təsirin təhlili.....	33
2.3. Müasir vəziyyətdə bank sektorunun qiymətləndirilməsi.....	44
III FƏSİL. MALİYYƏ QURUMLARI İLƏ BANK SİSTEMİ ARASINDA ƏLAQƏNİN TƏHLİLİ.....	46
3.1 Bank fəaliyyətinin inkişaf istiqamətləri.....	46
3.2. Bank sistemi ilə maliyyə qurumları arasında əlaqənin inkişaf etdirilməsi.....	51
3.3 Bank sektorunun inkişaf istiqamətləri.....	57
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	63
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	66
Cədvəllər siyahısı.....	70
Şəkillər siyahısı.....	70

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Bank məhsulları bazarı geniş və xeyli xüsusi bazarsayıdır. Adıçəkilən bazarın subyektləri arasındakı bağlılığın xüsusiyyətləri, bununla bağlı dövlət tənzimlənməsinin vasitəsilə başqa bazarlardan fərqlənir, ancaq ilk olaraq bank məhsulları bazarları bazar əlaqələrinin- bank məhsullarının və xidmətlərinin meydana çıxması obyektinin spesifik təbiəti ilə fərqlənir.

Bank xidmətləri, bazar iqtisadiyyatında bazarda pulun işinə yön verən əsas xidmətlərdir. Baş vermiş qloballaşma ilə bərabər bir çox dövlətdə milli və beynəlxalq səviyyə üzrə işləyən banklar, onların şöbələri vasitəçilik xidmətlərini davamını gətirməyə başlayıblar. Bu hal sektorda rəqabəti çoxaltmış, ayaqda qalma və rəqabətdə ön planda olmaq arzusunda olan bank müəssisələrinin göstərdikləri xidmətlərin şaxələnməsinə səbəb yaratmış və bankların müştəriləri ilə olan münasibətlərini daha əhəmiyyətli etmək üçün marketinq fəaliyyətinə üstünlük verməsi vacibliyini doğrumuştur. Bank sahəsi son illərdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarında baş verən proseslərin və özəlləşdirmənin də təsiri nəticəsində, ölkəmizdə sürətli və müxtəlif bir inkişaf prosesinə daxil olubdur. Sektor üzrə baş verən və get-gedə artan rəqabət şəraiti, bank müəssisələrinə, müştəri tələbat və istəklərinin mərkəz nöqtəsi olması, müştəri profili ilə bankın üstünlük və xidmət satınalma vəziyyətinin əhəmiyyət qazandığı və hədəf kütlə ilə aktiv münasibətin məcburi olduğu müasir marketinq məvhumunu mənimsəməyə məcbur edir. Ona görə də, bank müəssisələri, sadə və potensial müştərilərinin lazımı bank seçimini təsir göstərən amilləri, istərsə də xidmət satınalma vəziyyətini müəyyən edərək, əldə olunan məlumatlara əsasən marketinq strategiyalarını inkişaf etdirirlər.

İqtisadiyyatda dəyişmiş şərtlər ilə artan rəqabət, bankların əvvəlki qazanclarını və bazar paylarını mühafizə edə bilməsini çətinləşdirmişdir. Ancaq, bankçılıq sektorunda deyil, bazarların hamısında istehlakçı yönümlü marketinq məvhumunun hakim olması və alıcıların istək və ehtiyaclarındakı dəyişiklikləri bankları daimi və çətin bir yarışa salıbdır.

Müasir dövrdə bank imicinin yaradılması yönündə alıcılarla yaxşı münasibətlər qurulması və alıcılarda istək yaradacaq vasitələrin rəqabət vasitəsi kimi istifadə olunması ilə əldə olunacaq bazar payı və gəlirinin uzunmüddətli və lap sabit olması aydındır. Bu yöndə, banklar “otaqlı”, köhnə obrazlarından xilas olmuş, şüşə örtüklərlə ayrılmış fizika məkanlar şəklində qurulmuş, bank personalı da istehlakçılarla daha isti münasibətlər quran, lazım gəldikdə alıcını özü tapıb gətirmiş, müştərinin ziyarətinə gedən bank nümayəndəsi vəziyyətini almışdır. Alıcı istəkləri yönündə innovativ dəyişikliklər edilməsi də bank üçün bir önəmlidir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi. Azərbaycanda bank fəaliyyəti haqqında son illər bir çox elmi tədqiqat işləri həyata keçirilmiş və mətbuatda, bir sıra iqtisadi ədəbiyyatlarda monoqrafik, publisistik həmçinin elmi məqalələr dərc olunub.

Azərbaycanda həyata keçirilən bank islahatları və bank fəaliyyətini Məmmədov Z.X., Əliyev M.F., və digər iqtisadçı alimlərin yazdıqları əsərlərdə araşdırılmış və tədqiq olunmuşdur. Bank fəaliyyəti mövzusunda xarici iqtisadçılardan Жуков Е. Ф., Соколова. Ю. А., bank marketinqi mövzusunda Наточева Н.Н., Аболихина Г.А., və başqaları araşdırma aparmışdılar.

Bu iqtisadçıların əsərlərindən və araşdırmalarından istifadə etməklə Azərbaycan iqtisadiyyatında bank fəaliyyəti, bank marketinqi və onların yerli iqtisadiyyatın və bankların inkişafında rolunun araşdırılması və eyni zamanda təhlil olunmasını, problemlərin praktiki həmçinin nəzəri cəhətdən hərtərəfli öyrənilməsini zəruri etmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Bank məhsulları bazarında marketinq idarəedilməsi strategiyasının analiz edilməsi tədqiqatın başlıca məqsədidir. Həmin məqsədin gerçəkləşdirilməsi üçün aşağıda qeyd edilən vəzifələrin icra edilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- Bank xidmətləri və indiki şəraitdə onların xarakterik xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;
- Bank marketinqi - bank xidmətlərinin müştərilərinə təsirini araşdırmaq;

- Bank fəaliyyətində marketing modelinin təşkil edilməsi xüsusiyyətlərinə nəzər yetirmək;

- Respublikamızda bank sahəsinin hazırki vəziyyətinin təhlili;

- Korporativ alıcılara göstərilən bank xidmətlərinin analitik dəyərləndirmək;

- Ölkənin bank məhsulları bazarında istifadə olunan marketing strategiyalarının tədqiqi;

Bankların marketing konsepsiyasının tətbiqi imkanlarının genişləndirilməsi yönələrini öyrənmək;

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqat obyektı bank məhsulları sayılır. Həmin məhsulları bazarının marketing idarə olunması strategiyasının təhlili tədqiqatın predmetini təşkil etməkdədir.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat işində statistika, sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, marketing müşahidələrindən və s. üsullardan istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası. Dissertasiyanın əsas mənbələri Azərbaycanın və xarici dövlətlərin iqtisadi alimlərinin bank məhsulları bazarında marketing idarə edilməsi strategiyasına aid elmi əsərləri ibarətdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Elmi yenilikləri aşağıdakı şəkildə göstərə bilərik:

- Bank marketingi - bank xidmətlərinin müştərilərinə təsiri araşdırılmışdır;

- Bank fəaliyyətinin marketing modelinin təşkil edilməsi xüsusiyyətlərinə nəzər yetirilmişdir;

- Ölkənin bank məhsulları bazarında istifadə olunan marketing strategiyaları tədqiq olunmuşdur;

- Bankların marketing konsepsiyasının tətbiqi imkanlarının genişləndirilməsi yönələri öyrənilmişdir.

Tədqiqat nəticəsində əldə edilən elmi-praktiki nəticələr. Tədqiqat nəticəsində əldə etdiyimiz elmi-praktiki nəticələr ondan ibarətdir ki, dolların məzənnəsinin dəyişməsindən sonra böhran yaşamışdır, bir sıra banklar bağlanmış və kredit təşkilatlarının sayı kəskin azalmışdır. Lakin bir zaman sonra bank sektorunda canlanma yaşanmış və sektorda bərpa işlərinə hazırlıq işləri görülməyə başlamışdır.

Tədqiqat işində sadalanan bankların korporativ müştərilərinə göstərdiyi xidmətlərin qiymətləndirilməsi onu söyləməyə əsas verir ki, banklar öz müştərilərinin tələbatlarında olan dəyişikliyi nəzərə alaraq hər zaman marketing siyasəti üzərində işləmiş və bazarda qənaətbəxş fəaliyyətinin davam etdirilməsinə nail olmuşlar.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. İşin praktiki əhəmiyyəti bundan ibarətdir ki, tədqiqat nəticələrindən bank məhsulları bazarında marketingin idarəedilməsi strategiyasını öyrənilməsi, həmçinin müştərilərin bu bazarda iştirakının xüsusiyyətlərinin öyrənilməsində istifadə oluna bilər.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi:

I. fəsilə maliyyə sektorunun inkişafında bank sektorunun rolu və əhəmiyyətindən bəhs edir.

II fəsilə Bank sisteminin hüquqi fəaliyyətinin müasir vəziyyəti, Azərbaycan manatının (AZN) devalvasiyasının bank sektoruna göstərdiyi təsirin təhlili, müasir vəziyyətdə bank sektorunun qiymətləndirilməsi əhatələmişdir.

III fəsilə ən düzgün təhlil üsullardan biri istifadə olunaraq şərhlərdən irəli sürülmüşdür.

Yekun olaraq tədqiqat işində araşdırılan məsələlərə dair qısa olaraq məzmun göstərilmişdir.

I FƏSİL. MALİYYƏ SEKTORUNUN İNKİŞAFINDA BANK SEKTORUNUN ROLU VƏ ƏHƏMİYYƏTİ

1.1. Bankın iqtisadi mahiyyəti və resursların idarə edilməsində rolu

Bank işi müştərinin tələblərinin optimal həyata keçirilməsinə və bazarda reallaşmasına və mənfəət qazanmaq məqsədilə formalaşmış bir çox bank əməliyyatlarından ibarət olan intellektual məhsul sayılır. Bank xidmətlərinin aşağıda qeyd edilən xüsusiyyətləri mövcuddur (Əkbərov M., 2011: 19):

1) İstehlakçı qəbul zamanı maddi substansiyasını görmür; bank xidmətlərinin müştərilər arasında bağlanmış müqavilə əsasında müəyyən bir xarakteri əldə edir;

2) onların göstərilməsi fərqli forma və keyfiyyətlərdə (müəssisələrin yaxud şəxslərin pulları, nağd və nağdsız şəkildə pul, elektron şəkildə və ya kağız üzərində, ayrı-ayrı pul sənədlərində) istifadə ilə əlaqəlidir;

3) Çoxlu xidmətlərin alınma və ya satılma müddətin uzunluğu ilə əlaqəlidir. Misal üçün, kredit alma, depozit açmaq, bank təhlükəsizliyini alma və ya banka təhlükəsiz bir formada qeyd etmək üçün xidmət müştəri bankla daha çox və ya daha az əlaqəyə girir.

Bank xidmətlərinin növləri o qədər qarışıqdır və onların bir-birindən ayrılması üçün meyarlar müxtəlifdir ki, bank xidmətlərinin xüsusiyyətlərini nəzərə alan təsnifata ehtiyac duyulur. Xidmətlərin bütün sinifinə aid olan xassələrə (təchizat mənbəyindən ayrılmaz, qeyri-obyektivlik, saxlamaq mümkünsüzlüyü) və təkcə bank xidmətlərinə aid olan xüsusiyyətlərə əsaslanır. Dolayı və birbaşa xidmətləri nəzərdən keçirək. Belə ki, müştərinin birbaşa istəklərini (kommersiya, ödəniş, investisiya xidmətləri) həyata keçirən birbaşa xidmətlər. Əlavə gəlir əldə etmədən birbaşa xidmətləri həyata keçirmək üçün dolayı və yaxud birgə, asanlaşdırmaq olar (depozit hesabı əsasında kartın verilməsi, telefonla hesabın idarə edilməsi, klirinq xidmətləri, konsaltinq xidmətləri)

Cədvəl 1. Bank xidmətlərinin təsnifatı

Təsnifat kriteriyası	Göstərilən xidmət növü
Bank fəaliyyətinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq	- Bank - Qeyri-bank
Xidmətdən istifadə edən subyektədən asılı olaraq	- Hüquqi şəxslər - Fiziki şəxslər
Bank resurslarının formalaşması və yerləşdirilməsi üsullarından asılı olaraq	- Aktiv əməliyyatlar - Passiv əməliyyatlar
Göstərilən xidmətə ödənişdən asılı olaraq	- Ödənişli xidmətlər - Ödənişsiz xidmətlər
Maddi məhsulun hərəkəti ilə əlaqədar olaraq	- Maddi məhsulun hərəkəti ilə əlaqədar - Təmiz xidmətlər

Mənbə: (Məmmədli O.Q., və b. 2012: 40).

Bank xidmətləri ilk öncə spesifik və eyni zamanda qeyri-spezifik xidmətlərə ayrıla bilər. Bankın fəaliyyətinin spesifikasından bir müəssisə olaraq irəli gələn spesifik xidmətlərdir. Spesifik xidmətlər həyata keçirilən əməliyyatlara adətən üç növdən təşkil olunmuşdur:

- 1) kredit əməliyyatları;
- 2) depozit əməliyyatları;
- 3) hesab əməliyyatları.

Depozit əməliyyatları. Müəyyən məqsədlə və yaxud saxlanılmaq üçün kredit təşkilatına verilmiş qiymətli kağızlardır. Depozit əməliyyatlarının əsas subyekti borcalan rolunda çıxışını davam etdirən banklar və kreditor rolunda çıxış edən pul vəsaitlərinin sahibləridir. Obyekti isə banklara saxlanmaq, eyni zamanda başqa məqsədlər üçün verilmiş vəsaitləridir. Bank fəaliyyətinin xüsusiyyətlərinə, depozitin mahiyyətinə görə müəyyən dövrdə banklardakı hesablarda dövr edir, kreditora və yaxud banka müəyyən məbləğdə gəlir gətirir. Həmçinin bəzi bank xidmətlərindən pulsuz formada istifadə hüququ verir (Məmmədli O.Q., və b. 2012: 40).

İqtisadi məzmunu və istifadə müddətinə əsasən depozitlər iki əsas qrupa ayrılırlar:

1. Müddətli depozitlər;
2. Tələbedilənədək depozitlər.

Müddətli depozitlər hesablara köçürülən vaxt təyin olunmuş vaxt ərzində hesablarda saxlanılmış vəsaitlərdir. Bu depozitlər üzrə hesablara veksellər, sertifikatlar əhalinin məqsədli və yaxud müddətli əmanət hesabları, həmçinin öncədən təyin edilmədən lakin asanlıqla təyin edilə bilən hesablar aiddir. Depozitlərin parametrləri, eyni zamanda məbləğləri, subyektləri, qəbulu və qaytarılması qaydaları, müddətləri, eyni zamanda istifadə üsulları kommersiyası banklarından asılı olaraq fərqli ola bilər.

Tələb olunanadək depozit sahibinin bank hesablarına verilən, həmçinin sahibinin ehtiyac yarandığı vaxt tələb etdiyi depozit formasıdır. Vəsaitlər cari depozit hesablarında bir qayda olaraq saxlanılır. Belə ki, depozitə qoyulan vəsaitlər sənədləşmə həyata keçirilən vəsaitlər hesabına köçürülən andan sərəncama keçir, daha sonra sahibinin tələb etdiyi günə kimi bank tərəfindən istifadə olunur.

Kredit əməliyyatları. Bankların təkmilləşmə göstəricilərinin sübut yetirdiyi kimi, aktiv işlər olaraq xüsusi çəki etibarını ilə kredit əməliyyatları tutur. Kreditor vasitəsilə borcalana qaytarılmaq, həmçinin istifadəsinə əsasən faiz ödəmək ilə verilmiş borcdur. Təkrar istehsal zamanı iştirak iki əsas funksiyanı həyata keçirir (Əliyev M.F., 2011:18):

- xalq təsərrüfatı sektorlarında gedən prosesləri, dövriyyələri ilə vəsaitləri təmin etməkdədir;

- sərbəst pul vəsaitlərinin müvəqqəti formada yerləşdirilməyini, təmin edir.

Təşkilatlara istehsal fondlarının, eyni zamanda dövriyyə fondlarının artırılması üçün kreditlər verir. Kreditlər uzunmüddətli və qısamüddətli ola bilər. Bu formada kreditlərin məbləği bankda yığılan kredit resurslarının məbləği qədərində ola bilər. İstehsal fondlarının formalaşmasına sərf edilən məsrəflərin kreditləşdirilməsi banklarda öncədən resursların toplanmağını istəyir və sadalananlar iqtisadi vacibliyətdir.

Hesablaşma əməliyyatları daha aktiv əməliyyatlardır. Pul hesablaşmaları iki formada həyata keçirilir:

- nağdsız pul hesablaşmaları;

- nağd pul hesablaşmaları.

Nağd hesablaşma - pul dövriyyəsi formasıdır, alınmış məhsulların, görülən işlərin, xidmətlərin haqqının alıcı yaxud sifarişçi tərəfindən nağd ödənilməyidir. Hesablaşma nəticəsində nağd formada birinin kassasından digərinin kassasına keçməkdədir.

Hesablaşma - pul dövriyyəsinin formasıdır. Pul vəsaitlərinin saxlanılmağı ilə onun hərəkəti nağd pulların iştirakı olmayaraq reallaşdırılır. Pul vəsaitləri banklarda olan hesablara keçirilir və ödəyicinin hesabından müştərinin hesabına birbaşa ödənilir. Nağdsız hesablaşmalar bank vasitəsilə həyata keçirilir.

Nağdsız formada hesablaşma pul nişanlarından ödəniş sənədləri vasitəsi ilə reallaşan ödənişdir. Respublikada reallaşan nağdsız hesablaşmaların aşağıdakı formaları mövcuddur:

- inkasso üzrə hesablaşmalar;
- ödəniş tapşırıqları reallaşan hesablaşmalar;
- akkreditiv üzrə hesablaşmalar;
- inkasso sərəncamları ilə hesablaşmalar.

Ənənəvi bank xidmətlərinə üç tip əməliyyatlaraiddir. Bankların

“qədim” xidmətləri sayılır. Böyük və kiçik banklarda həyata keçirilən əməliyyatlardır.

Ənənəvi bank xidmətlərinə diqqət yetirdikdə:

- müştərilərə və müxbir banklara göstərilən kassa xidməti;
- əmanətlərin cəlb edilməsi;
- müxbir –bankların hesablarının aparılması;
- borcalanların razılaşma əsasında kreditlərin əldə edilmə xidməti;
- bankların vəsaitləri hesabına müştərilərin tapşırığına uyğun maliyyələşmənin aparılması;
- ödəmə sənədlərinin və başqa qiymətli kağızların (akkreditivlərin, çeklərin, , istiqrazların, veksellərin, səhmlərin) buraxılışı;
- xarici valyutanın təşkilatlardan alınması və satılması xidməti;
- investisiya vasitələrinin sahiblərinin tapşırığına əsasən kapital qoyuluşlarının düzgün maliyyələşməsi xidməti;

- beynəlxalq bank praktikasına uyğun şəkildə qiymətli metalların hesablara, əmanətlərə cəlb edilməsi, onun yerləşdirilməsi və başqa xidmətlərin göstərilməsi;
- qiymətli metalların, həmçinin onlardan hazırlanmış əşyaların düzgün formada alqı - satqısı;
- müəssisələrin fəaliyyəti ilə bağlı məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi;
- bank qanunlarının lisenziya ilə icazə verdiyi başqa xidmətlərin həyata keçirilməsi.

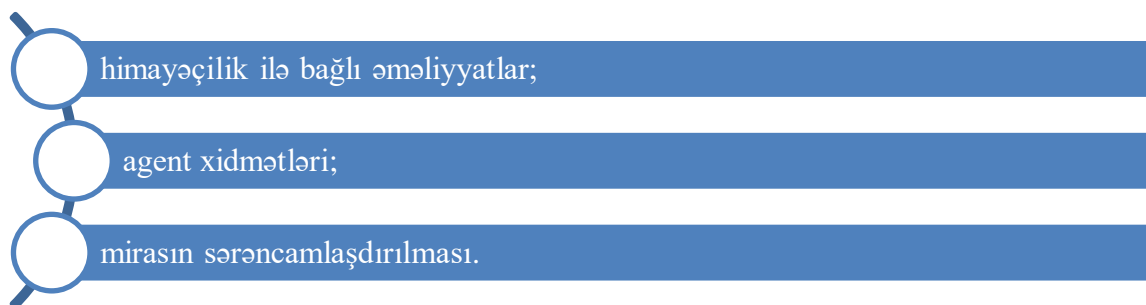
Bankların reallaşdığı **qeyri -ənənəvi bank xidmətlərinə** aiddir:

- lizinq xidməti;
- faktoring xidməti;
- trast (etibar - inam) xidməti;
- forfeytinq xidməti.

Trast əməliyyatları alıcının tapşırığı nəticəsində əmlakın idarə edilməsi və başqa xidmətlərin maraqlı dairəsində və onun xeyrinə kommersiya bankları xüsusi maliyyə institutları tərəfindən həyata keçirilmiş əməliyyatlardır. Əmlak sahibinin idarə edilməsi hüququnu mövcud qanunvericiliyə əmələ dərək müqaviləyə əsasən bankatəhvil verir. Obyektolara qburada istehsal və qeyri-istehsal xarakterli daşınmaz mülk, nəqliyyat, mülk və rabitə vasitələrindən ibarət əmlak hüququ, daşınan mülk, qiymətli kağızlar, maliyyə vəsaitləri və s. çıxış edir (Hacıyev Ə.V., Əhmədov M.M., 2012: 171).

Trast xidməti özündə 3 əməliyyat qrupunu birləşdirir və aşağıdakı şəkil 1-də göstərilmişdir:

Şəkil 1. Trast xidməti üzrə əməliyyat



Mənbə: (Hacıyev Ə.V., Əhmədov M.M., 2003).

Bu əməliyyatları kommersiya banklarına aid olan xüsusi şöbələr həyata keçirirlər. Trast əməliyyatlarında yerinə yetirilən işlər önəmli yer tutur. Bura: müştəri vəfat etdikdən sonra məhkəmə qərarına əsasən miras olan əmlakın sərəncamlaşdırılması, depozitariya funksiyasının həyata keçirilməsi, qiymətli kağızların və daşınmaz əmlakın qiymətləndirilməsi, əmlakın və onun idarə olunmasını etimad edənə verilməsi.

Lizinq xidməti. İcarə mənasını daşıyır. Əmlakın müəyyən zaman icarəyə verilməsi ilə əlaqəli olaraq əsas vəsaitlərə investisiya yatırılmasının maliyyələşdirilməyidir. Lizinqi kreditləşmənin xüsusi forması olaraq qiymətləndirmək olar. İcarədən fərqli olaraq əməliyyatlarda əlavə olaraq satıcı yaxud əmlak verən, eyni zamanda özünün maliyyə vəsaitlərini vermiş lizinq sövdələşməsini kreditləşdirən əsas kommersiya bankı iştirak etməkdədir. Lizinq əməliyyatlarının aparılmasında əsas olan 3 tərəf iştirak edir (Hacıyeva L.A.,2012: 18):

1. lizinq alan-əhr hansı bir hüquqi şəxs olması mümkündür, lizinq müqaviləsi əsasında istifadə əsasında əmlak ala bilər;
2. lizinq verən- lizinq kompaniyaları, lizinq fəaliyyətinə uyğun olaraq məşğul olan fərdi sahibkarlar;
3. qısaca satıcı-lizinq əşyasını satan.

Faktoring kommersiya bankları kiçik və orta müəssisələrə, müştərilərə göstərdikləri maliyyə xidmətinin bir formasıdır. Firma istehlakçısından borcları almaq hüququnu əldə edir, müştərinin borclarını hissə-hissə formasında ödəyir. Faktoring əməliyyatlarında 3 tərəf çıxış edir(Əliyev M.F. 2011:31):

- satıcı;
- faktor-vasitəçi;
- alıcı.

Bu əməliyyat formaları riskli olsada yüksək şəkildə gəlir gətirir. Birinci xüsusiyyəti bundan ibarətdir ki, müştəriyə, eyni zamanda satıcıya belə əməliyyat sərfəlidir. Əməliyyatların həyata keçirilməsi üçün müqavilə bağlanılır. Sənədlərin rəsmiləşdirilməsi qaydası, müddəti faktoring əməliyyatları maksimum məbləğ, faktoring payı, komisiyon məbləği, əməliyyatın aparılma qaydası göstərilir.

Faktoringdə qapalı və açıqformaları vardır. Açıqfaktoringvaxtı debitor ödənişdə faktoruniştirakı haqdaməlumatlandırılır və qeydedilirki, ödənişireallaşır. Qapalı faktoringdə mövcudluğuhaqdadebitorməlumatlandırılmırvə satıcıya ödənişlirireallaşır.

Forfating xidməti xarici ticarətlə məşğul olan ixracatənin həyata keçirdiyi əməliyyatların kreditləşməsinin formasıdır. Forfating əməliyyatlarında tərəflər.1) idxalçı firma 2) ixracatçı şirkət (forfaitist), 3) Qarantlı bank, 4) Forfaitaiddir (Mammədova Ş.S., 2015: 40).

Forfating xidmətinin bir çox xüsusiyyətləri vardır:

- idxal-ixrac əməliyyatlarına xidmət edilməsi, kreditləşdirilməsi ilə əlaqəli olur;
- ortamüddəli xarakter daşıyır;
- əlavə risklər meydana çıxır (köçürmə riski, coğrafi risklər, təminat riski, valyuta riski və s.);
- banklar riskləri üzərlərinə qəbul edərək, müştəriləri məsuliyyətdən azad edirlər.

Elektron bankinq diqqət yetirsək, texnologiyanın son yeniliklərinin ənənəvi bankçılıq sistemində tətbiqi nəticəsində proses ilə əməliyyatların elektronlaşmağı, internet, bankomatlar tərəfindən əvəz edilməsi anlaşılır. E-bankinq istifadəçilərə elektron olaraq hesabları ödəmək, hesab balansını araşdırmaq, borc götürmək, hesablaşmalar aparmağa imkan yaradır. E-bankinqin bank sistemi banklararası qarşılıqlı təsiri edir. Texnologiyalarının dəyişməyi ilə vaxt keçdikcə lap çox istifadəçi e-bankinq xidmətlərinə qatılmaqdadır. E-bankinq bank proseslərinin xarakterini dəyişibdir. Həyat fəaliyyətində baş verən dəyişikliklər bankların inkişafına təsir edir (Hacıyeva L.A., 2013: 124).

E-xidmətə 5 element təsir göstərir: İstifadənin asanlıığı, alıcının tələbinə əsasən uyğunlaşdırma, web saytın dizaynı, cavabdehlik ilə təminat vermə. Təhlükəsizlik ilə məxfilik məsələlərini əhatələməkdədir. Alıcının etibarının əldə olunmasında bunlar vacibdir.

Bütövlükdə konkret formada elektron bankinq xidmətlərinə distansiyalı bank xidmətləri modeli, home–bankinq xidmətləri, bankomatlarla xidmət, plastik

kartlarla aparılan əməliyyatlar daxil edilir.

1.2. Bank sektorunda maliyyə resursları, onların tərkibi və quruluşu

Maliyyə vasitəçiliyi sahəsində dominant mövqe tutan kommersiya bankları ölkənin iqtisadiyyatının və onun fərdi komponentlərinin inkişafına böyük təsir göstərir. Bu, sosial-iqtisadi inkişaf üçün prioritet sistemlərin daha da təkmilləşməsi üçün bank sisteminin islahatına əsas diqqət verdiyini izah edir. Banklara münasibətdə dövlət siyasətinin xüsusiyyətləri, bank sisteminin sabitliyini artırmaq və iqtisadiyyatda onun funksional rolunu artırmaq üçün şərait yaratmaq iqtisadiyyatın bank sektorunun fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasını və davamlı iqtisadi artım üçün bir vasitədir. Bank sektorunun inkişafı bir sıra daxili və xarici hallar ilə məhdudlaşır. İlk növbədə ortamüddətli və uzunmüddətli öhdəliklərin olmaması və əhalinin ən sabit resurslarını yığma qabiliyyətinə mane olan banklara olan etibarı yüksəkdir.

Təhlil onu göstərir ki, maliyyənin əsas açarı maliyyə resurslarıdır, bu olmadan inkişaf üçün müxtəlif ehtiyacları ödəmək mümkün deyildir. “Maliyyə resursları” kateqoriyasındakı elmi konsepsiya yüksək səviyyəli abstraksiya kateqoriyasına aiddir. Maliyyələşdirmə yolu ilə dəyərin bölüşdürülməsi mütləq maliyyə qaynaqlarının xüsusi bir forması olan fondların hərəkəti ilə müşayiət olunur. Beləliklə, maliyyə resursları maliyyə əlaqələrinin dirijoru kimi çıxış edir və maliyyə funksiyalarını yerinə yetirir. Maliyyə nəzəriyyəsində maliyyə resursları pul vəsaitlərinin formalaşması və istifadəsi ilə bağlı yaranan sabit pul münasibətlərinin sistemində mövcuddur. Eyni zamanda, bütövlükdə iqtisadiyyat səviyyəsində olan maliyyə vəsaitləri əhalinin, təsərrüfat subyektlərinin, dövlətin və yerli hökumətlərin sərəncamında olan fondların ümumi məbləği kimi qəbul edilir.

Makroiqtisadi cəhətdən bank resursları maliyyə resurslarının ayrılmaz hissəsidir. Onların təhsili ümumi iqtisadi məhsulun dəyərinin bölüşdürülməsi və yenidən bölüşdürülməsi prosesinə aiddir. Əsas gəlirlər və əmanətlərin mənbəyi əhalidən alınan gəlirlər, təsərrüfat subyektlərindən gəlir, dövlətdən vergi və digər ödənişlər şəklində olan ümumi daxili məhsuldur. Birinci gəlir vergi mexanizmi,

ödən iş sistemi, mənfəətin paylanması və s. vasitəsilə yenidən bölüşdürülür. Bu bölüşdürmənin nəticəsi təsərrüfat subyektlərinin öz maliyyə resursları kimi çıxış edən son gəlirdir. Son maliyyə resursları sonradan maliyyə vasitəçiləri, o cümlədən kommersiya bankları vasitəsilə bölüşdürülmə və yenidən bölüşdürmə prosesinin məqsədi, nəticədə bank sistemində toplanan maliyyə resurslarının bir hissəsinin müstəqil kateqoriyaya bölünməsi və bank resurslarının konsepsiyası ilə yekunlaşmasıdır. Təsədüfi deyildir ki, iqtisadi ensiklopediya aşağıdakı maliyyə resurslarını müəyyən edir: "Bu, milli iqtisadiyyatın düzgün işləməsini və inkişafını təmin etmək məqsədilə istifadə edilən pul və büdcə sistemini təmsil edən iqtisadi resursların ayrılmaz bir hissəsidir.

Mikroiqtisadi səviyyədə, müəssisənin maliyyə resurslarının müəyyən edilməsi banka tam tətbiq edilə bilər, çünki bankın iqtisadi əlaqələr predmeti kimi fəaliyyətləri istənilən müəssisənin fəaliyyətini xarakterizə edən ümumi qanunlar ilə təsvir edilə bilər. Bununla yanaşı, bankın ölkənin iqtisadiyyatının xüsusi bir komponenti - bank sistemi olduğunu nəzərə alaraq, onun fəaliyyəti bankın maliyyə resursları konsepsiyasının dəqiqləşdirilməsini tələb edən xüsusi xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunur. Bu, bankın maliyyə resurslarının qaynaqları və onların forması ilə bağlıdır.

Başqa nəzarət orqanları, eyni zamanda yoxlama orqanları olaraq, həmin subyektlər, yəni auditor təşkilatları ölkədə mövcud olan bankların normal formada fəaliyyət göstərməsi, həmin sistemin maliyyə baxımdan möhkəmləndirilməsi, onun dayanıqlığının artırılması, fəaliyyətinin daha da inkişafı və dünya bank sistemində inteqrasiya edilməsini təmin edir. Bank sistemi başqa sistemlərdən özünəməxsus xüsusiyyətlərinə görə seçilir. Daxil olduğu sistemin, ümumilikdə bölmələrinin xüsusiyyətlərini özündə canlandırır. Qanunvericiliyə əsasən auditin yarandığı ölkə Böyük Britaniyadır. Burada olan auditin önəmi, onun zəruriliyi, təşkil edilməsi mexanizmləri və prinsipləri, o cümlədən qoyulmuş tələblər əksini tapmışdır. Bunlardan sonra digər ölkələrdə 1937-ci ildə isə ABŞda, 1867-ci ildə Fransada audit barədə qanunlar qəbul edilmişdir. Bənzər olan sistem Rusiyada I Pyotrun vaxtında tətbiq edilməyə başlamışdır.

İqtisadi sistemdə investorun və yeni təşkilatın başlıca məqsədi maksimum şəkildə gəlir əldə olunmasıdır. Bunu əldə etməkdən mülkiyyət və əmlak sahibləri zəruri və operativ məlumatlara sahib olmalıdır. Belə ki, keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrdə xidmətlərin yaranmasına milli, eyni zamanda kənar investorlar təkan verdilər.

Hazırkı vəziyyətdə bazar istiqamətində inkişaf etmiş ölkələrdə auditor xidmətləri vardır.

Respublikamızda auditor xidmətləri 1990-cı illərin əvvəllərində yaranmışdır. Digər komitələrdə və nazirliklərdə auditor xidmətini göstərən şöbələr fəaliyyətlərini davam etdirir. Ancaq peşəkar auditor xidmətinin formalaşması 1994-cü ildə olmuşdur. Sentyabrın 16-da Azərbaycan Respublikasında “Auditor xidməti haqqında” qanun qəbul olunmuşdur. Bu qanun auditor xidmətinin əmələ gəlməsini, reallaşdırılmasının hüquqi əsaslarını, növlərini, fəaliyyət formasının tənzim olunmasını, auditorların hüquqlarını və vəzifələrini ayıran, mülkiyyət sahibinin əmlak hüququnun azad maliyyə nəzarəti sisteminin meydana gəlməsini nəzərdə tutan sənəd sayılır.

Dünyadövlətlərinin iqtisadiyyatında təkmilləşmə tarixləri sübut edir ki, bank auditinin əmələ gəlməsi obyektiv səbəblərdən irəli gəlir. Hər şeydən əvvəl bu cür səbəblər iqtisadiyyatın və təsərrüfatın tarixi inkişaf prosesi ilə əlaqəli olmuşdur. İqtisadiyyat inkişaf etdikcə, sistemin idarə edilməsində operativliyə ehtiyac çoxaldıqca, idarəetmə üzrə dəqiq məlumatların əldə edilməsi və onların təsirinin çoxaldılması auditin vacibliyini şərtləndirmişdir. Mülkiyyət sahiblərinin maraqları və onların tabeliyində olan heyətin maraqlarının düzgün gəlməməsi auditin formalaşmasına səbəb olmuşdur. Eyni dövrdə uçot işçi heyətinin və investorların əldə olunmuş məlumatlar əsasında durumu kifayət dərəcədə qiymətləndirilə bilməməsi vəziyyəti kritik etmişdir. Peşəkar olan auditorlar mülkiyyətçilərin ən doğru yöndə istiqamətləndirənləridir (E. Ф. Жукову, Ю. А. Соколова., 2016: 27).

Eyni anda ölkədə mövcud praktikaya uyğun auditin uçotun aparılması qaydalarına düzgün riayət edilməsinin və maliyyə prosedurlarının ölkə qanunvericiliyinə uyğun şəkildə, müəssisə fəaliyyətinin maliyyə hesabatı üzrə əks

edilməsinin bütövlüyünün və doğruluğunun yoxlanması azad ekspertiza kimi qiymətləndirilir.

Əsasən qərb ölkələrindəki standartlara uyğun formada audit informasiya riskinin uyğun həddə endirilməsi əməliyyatında, yalan və dəqiq olmayan informasiyaların olub - olmamasının yoxlanılması prosesidir.

ABŞ-ın təcrübəsinə göz atdığımız zaman məlum olur ki, Amerikanın assosiasiyasının mövqeyinə uyğun audit iqtisadi hadisələri və fəaliyyəti haqqında obyektiv informasiyaların alınması və eyni zamanda dəyərləndirilməsi prosesidir.

Digər ölkələrdə mövcud standartlara baxdığımız zaman belə bir yekun əldə etmək olur ki, auditin başlıca əsas məqsədi iqtisadi subyektlərin hesabatlarının doğruluğunun təyin olunması və həmin iqtisadi subyektlərin maliyyə və təsərrüfat proseslərinin normativ aktlarına uyğun əməl edilməsidir.

Yuxarıda göstərilən həm audit tipləri, həm də nəzarət növləri AR-nın qanunvericiliyinə və normativ aktlarına müvafiq şəkildə reallaşdırılır. Hər bir formanın özünəməxsus olaraq xüsusiyyətləri vardır ki, bunların reallaşması üçün xüsusi şəkildə attestasiya qaydaları vardır.

1.3. İqtisadiyyatda bankların fəaliyyəti

XX əsrin 80 - ci illərinin başlanğıcında alıcılara göstərilən bank xidmətlərinin başqa istiqamətin inkişafının başlanması hesab olunur. Kompüter sisteminin yaranmağı ilə bank əməliyyatlarının bilavasitə evlərinə yaxud ofislərinə çatdırılmağı idi. Təqdim olunan bank xidmətlərinin spektri alıcılara təqdim edilən ənənəvi bank xidmətlərinin siyahısını çoxaltdı. Adi hesablaşma əməliyyatları bərabər, informasiya xidmətlərini əks etdirməkdədir.

Banklar istehlakçılara, sahibkarlara gündəlik fəaliyyətlərini evdən yaxud olduqları ünvandanbağlantı ilə həyata keçirmək imkanı yaradır. Home-banking, on-line banking yaxud PS banking adlanan xidmət müştərilərə əməliyyatları həyata keçirmək şəraiti yaradır: ödənişlər etmək, balansın yoxlanmağı, hesablaşmalarla pul köçürmələri, qiymətli kağızların alqı-satqısı və s.

Home-banking fəaliyyəti 1980-cı illərin başlanğıcından təkmilləşməyə

başladı və maliyyə mərkəzləri cəlbədicə xidmət olaraq çıxışa başlamışdı. Maliyyə mərkəzləri home-banking fəaliyyətlərini alıcılara internet tərəfindən bank barəsində informasiyalar verməklə genişləndirildilər (Hacıyeva L.A., 2013: 64).

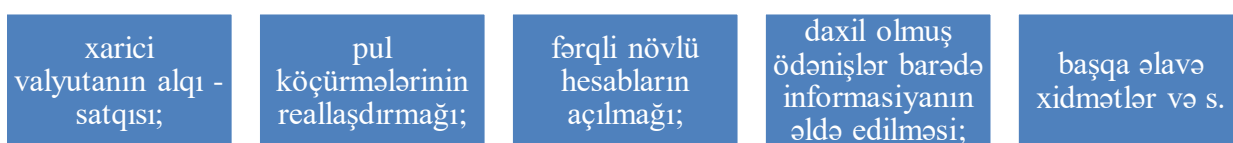
Home - banking xidmətinin təkmilləşməsi üçün üç mərhələ vardır:

- 1-ci mərhələ - PS banking;
- 2-ci mərhələ - İnternet - banking;
- 3-cü mərhələ - telefon - banking.

PS banking sistemi. Əməliyyatların başlanmağı 1983 - cü il hesab olunur. Nottingham Building Society cəmiyyətinin, British Telecom Britaniya telefon kompaniyası vasitəsilə Bank of Scotland Homelink sistemindən istifadəsi başlamışdı. Sistem tərəfindən bankın müştəriləri ofisdən yaxud evdən fərqli növlü əməliyyatlar reallaşdırma imkanları vardır.

İnternet–bankinq bank xidmətlərinin. XX əsrin 90-cı illərdə ABŞ - da olsa da, maliyyə biznesinin aləti olaraq internetə marağ dünyada getdikcə çoxaltmaqdadır. Statistika əsasında alıcıya xidmət filial istifadəçilərinin fəaliyyətindən 14% ucuz olur. İnternet - bankinq aşağıdakı şəkil 2.də göstirilənləri özündə əks etdirir (Əkbərov M., 2011:127):

Şəkil 2. İnternet Banking



Mənbə: Əkbərov M. Elektron kəommersiya, materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Wap banking mobil telefonlar bank xidmətlərinin əldə olunması sistemidir. Telebank sisteminin tətbiq olunmasının maksimal faydalılığına plastik kartlarla inteqrasiyası sektorunda nail olunur. Eyni zamanda məsafədən kart hesabından əməliyyatlar oluna bilər. Bu halda kart vasitəsilə bankomatlardan nağd ödənişin çıxarılmağı, ödəniş qəbzinin doldurulmağı, vaxt təyin etmək və eyni zamanda

banka gəlmək və s. belə tip problemlərdən Telebank sistemindən yararlanaraq qaçmaq olar (Əliyev M.F., 2011: 100).

Distansiyalı bank fəaliyyətləri modeli söylədikdə, müasir olaraq təkmilləşmiş bir çox ölkələrdə filial modelindən distansiyalı bank xidmətləri modelinə keçid edilir və müştərilər banka ziyarət etmədən get-gedə çox əməliyyatlar edirlər. Belə tip bank xidmətləri ilə virtual bank bir – birilə sıx əlaqəlidir. Belə ki, distansiyalı xidmətləri banklar reallaşdırma bilirsə, virtual banklar tikintiyə ödəniş etmək üçün ixtisaslaşır. Virtual banklar alıcıları adi universal bankların həyata keçirdiyi kompleks xidmətlər göstərir. Bankların göstərmədiyi xidmət kassa xidmətidir. Nağd pul vəsaitlərinin verilməyi virtual banklar digər bankların bankomatları ilə terminallarından yararlanırlar.

Bankomatlarla xidmətin ondan ibarətdir ki, bankomatlar nağd formada əməliyyat aparmaq məqsədilə kartlarla idarə olunan çoxfunksiyalı avtomatdır. ATM - Automated Teller Machine - birinci bankomatlar XX əsrin 60 - cı illəri meydana gəlmişdir. Maşınların ixtirası Don Vetselin adı ilə əlaqəlidir (Məmmədli O.Q., və b. 2016: 80).

Bazar əlaqələrinin müasir şəraitində subyektlərin bank xidmətlərinə çıxış şəraitlərinin təmin edilməsi və çoxaldılması üçün şəraitin spesifikliyinə adekvat olan xarici təcrübənin üstünlüklərinin tətbiqinə əhəmiyyət kəsb edir. Pul vəsaitlərini depozit ilə qəbul edən bankomatlar kateqoriyaya aiddir. Çoxfunksiyalı bankomata aid olunana cash-in bankomatları müştərilərin bank fəaliyyətlərinə çıxış imkanlarını genişləndirməklə bərabər, müştərilərlə bankların işinin əhəmiyyətliliyinin çoxalmasına əlverişli imkan yaradır. Deyilənlərin tətbiq olunması ilə bankların filial şöbələrinə tələbatı minimum endirir və bank xərcləri optimallaşmaqdadır.

ATM - plastik kartlarla iş müddəti pulun verilməyi və inkasso olunması üçün istifadə edilən bank avtomatlarıdır. Plastik kartlarla əməliyyatlarda nağd pulların verilməyi, iş, məhsul və yaxud xidmətlərə əsasən nağdsız ödənişin reallaşması və eyni zamanda inkassasiya üçün nəzərdə tutulan ATM avtomatlarıdır. Bankomat kart sahibinə hesabının cari vəziyyəti haqqında informasiya almağa şərait yaradır.

Elektron çeklər elə bir sənəddir ki, ödəyici öz hesabına pulların köçürülməyi barədə göstərişi verir. Elektron hesablaşma adi hesablaşma çekinin xüsusiyyətlərinə sahibdir. Müştəri tərəfindən elektron çek poçtla pul ödənişinin alanı satıcıya ötürülür. Bank çeki təqdim olunur və pulunu əldə edir. Əlavə çek alıcıya qaytarılır, ödənişi sübut edən sənəd olur. Məhsulu alıcının evinə çatdırır (Əkbərov M., 2011: 145).

Plastik kartlarla xidmətin önəmi bundan ibarətdir ki, pul vəsaitlərinin tədavülü probleminin faydalı üsullarından biri kartlar əsasında effektiv avtomatlaşdırılmış hesablaşmalar sisteminin təşkil olunmasıdır. Texnologiya sisteminin iştirakçıları üçün rahat şəraitin formalaşmasını təmin edir.

Plastik kartlar elektron bank sisteminin vacib olan elementi olaraq çıxış edir. Bank təcrübəsində plastik kartlardan yaralanan əsas gəlir mənbəyi hesab olunur.

Bank kartları 3 növdə olur: mikroprosessor ilə kart, adi bank kartları, maqnit zolağı olan.

Bütövlükdə deyilənlərdən başqa onu demək lazımdır ki, plastik kartlarla bank məhsulu hesab edilən rəqəmli pullar, elektron çeklər və elektron pullardan geniş istifadə olunur.

Rəqəmli pullar kağız nağd pulların analoqudur. Pul işarələrinə sahibdirlər. Kuponlar - pulun miqdarını əks etdirən rəqəmlər sistemindən təşkil edilmişdir. Emissiya edən bank kuponu rəqəmli imza vasitəsilə təsdiq edilir. Rəqəmli imza - şifrələnmə vasitəsilə aparılan imza sayılır. Bank tərəfindən təsdiq edilmiş kuponlar formasında olmaqla bank tərəfindən buraxılır.

Səhm səhmdar banklar tərəfindən buraxılmış qiymətli kağızdır. Banklar ilkin olaraq səhmdar kapitalını formalaşdırır, daha sonra isə onun həcmi artırır. Səhm sahibinin kapitalla payını verdiyini təsdiq edir, eyni zamanda aşağıdakı hüquqları verir:

1. Səhmdar bankın idarə olunmasında iştirak etmək;
2. Mülkiyyət hüququ;
3. Bazarda qiymətli kağızları satmaq;

4. Mənfəətin dividend formasında almaq.

İstiqraz qiymətli kağızların geniş formalarından biridir. Emitent borc öhdəliyidir. Səhmdən fərqli olaraq istiqraz ödənilmə müddətinə malikdir. Emitent iflasa uğradıqda onun əmlakı birinci növbədə emissiya edilmiş istiqrazlar üzrə borcların ödənilməsinə yönəldilir. İstiqrazların pul vəsaitlərinin cəlb olunması üçün buraxılması emitentlərin istiqrazları əldə edən alıcılar tərəfindən kreditləşdirilməsi imkanı yaradır.

Veksel müəyyən formada yazılı olaraq tərtib edilən borc öhdəliyi formasıdır. Veksel, verildiyi insana onun üzərində göstərilmiş zamanda müəyyənləşən şərtlər daxilində borcları geri vermək hüququnu verir.

Elektron pullar maliyyə vəsaitlərinin hesabdən hesaba köçürülməsinin, əmanətlərə adətən faizlərin hesablanmağının və başqalarının kağız daşıyıcıları iştirakı etməyərək elektrik siqnallarının ötürülməsi ilə gerçəkləşdirilməsidir.

Banklararasıdakı pul köçürmələri sadə bank şəbəkələrindən istifadə baş edilərək verir.

Ənənəvi bank xidmətlərinin həyata keçirilməsində bank istehsalı olan, bank məhsulu sayılan **qiymətli kağızların** da önəmli əhəmiyyəti mövcuddur. Aydın olduğu kimi, kommersiya banklarının pul bazarında xüsusi borc öhdəlikləri satarmaqla vəsaitlər cəlb etmişlər. Bankların cəlb edilmiş vəsaitlərinin bir qismini təşkil edən həmin borc öhdəlikləri qiymətli kağızlar formasında emissiya olunur. Depozitlərdən fərqli olaraq həmin vəsaitlər bazarda satış üsulu ilə əldə edilir. Onların cəlb edilməsi təşəbbüsü banklara aiddir və əsasən bu cür əməliyyatları iri banklar həyata keçirirlər. Kommersiya bankları özünün passivlərini formalaşdırmaq məqsədilə istiqraz, veksel, səhm, çek kimi olan qiymətli kağızların emissiyasından yararlanmaqdadır. Həmin qiymətli kağızların hər birini buraxaraq kommersiya banklarına artıq kapital cəlb edərək sonrakı fəaliyyətini təmin etmək məqsədilə mənbə yaradır.

Vekselin xeyli formaları vardır: (adi veksel, xəzinə vekseli, köçürmə vekseli, təqdimatlı veksel, təyinatlı veksel, müddətli veksel və s.). Veksellər xarakterinə əsasən əmtəə və maliyyə veksellərinə bölünürlər. Əmtəə vekseli əmtəələr hərəkəti

ilə, maliyyə vekseli də pul vəsaitlərinin hərəkəti ilə əlaqəlidir. Banklar yalnız maliyyə vekseliemissiyası ilə məşğul olmaqdadırlar.

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən, iqtisadi artım baxımından, kommertiya banklarının rolu, bütövlükdə iqtisadi dəyişikliklərin maliyyələşdirilməsinə təsir göstərir. Bazar əsaslı iqtisadi əlaqələrin formalaşmasında bankların rolu, onun fəaliyyəti hesablaşma əməliyyatlarının inkişafının azaldılması və iqtisadiyyatın maliyyələşdirilməsinə ehtiyacın az olduğu qənaətindədir. İqtisadiyyatının real sektoru deyil, idxal istehsalının təmin edilməsinə zəmanət fonunda bankların maliyyə vasitəçiliyinin aşağı səviyyədə olması ilə xarakterizə olunur. Bankların yerli qaynaq resurslarını səfərbər etməkdə əsas problemi ölkədə əlverişsiz siyasi vəziyyətə və fərdi bankların iflas amilinə aid əhalinin etibarsızlığıdır.

Keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrdə dinamik və bazar iqtisadiyyatı proseslərinin məqsədəuyğunluğu effektiv fəaliyyət göstərən bank sistemi nəticəsində əldə edilə bilər. Amma iqtisadi əlaqələrin ümumi vəziyyətinə mənfi təsir göstərən bankların maliyyə vasitəçiliyinə bir çox maneələr var. Bankların iqtisadi proseslərin bərpasına cəlb olunmasını təşviq etmək üçün rəasional vasitələrin olması tələb olunur. Eyni zamanda, bankların maliyyə vasitəçiliyinin artması dövlət təsiri olmadan mümkün deyildir. Dövlətin təsir tədbirləri aşağıdakılardır:

- imtiyazlı vergitutma yolu ilə bankların uzunmüddətli kreditləşməsinin stimullaşdırılması və girov qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi;

- transformasiya edən iqtisadiyyatı olan bəzi ölkələrdə müvəffəqiyyətlə tətbiq olunan aktivləri tətbiq etmək üçün kommertiya banklarına qanunvericilik sahəsi yaratmaq;

- valyuta tənziplənməsinin liberallaşdırılması halında, bank kapitalının real sektoruna inteqrasiyasını genişləndirmək məqsədi ilə bankların kredit fəaliyyətini gücləndirməkdir.

Hökumət tədbirlərinin təsirləri regionlarda səmərəli və uzunmüddətli informativ-kommunikativ əlaqələrin yaradılmasında vacibdir. Dövlət, regional filialların təmin edilməsi üçün beynəlxalq qrantlar və uzunmüddətli kreditlər göndərməlidir ki, bu da bankların geniş filial şəbəkəsi yaratmasına, elektron ödəniş

metodlarının yayılmasına, məişət tullantılarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinə, müəssisələrə borc verməsinin genişləndirilməsinə kömək edəcəkdir.

Bankın maliyyələşdirmə imkanlarının genişləndirilməsi aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi nəticəsində mümkündür:

- əhalinin maliyyə savadsızlığını aradan qaldırmaq, bankların maliyyə vəziyyətinə dair məlumatlandırmaq, əhalinin əmanətlərinin cəlb edilməsi daxil olmaqla, müxtəlif vasitəçi əməliyyatları həyata keçirmək məqsədilə "Bank xidmətlərində istehlakçılar üçün müstəqil agentliyin yaradılması";

- bank kreditləşməsinin mümkünlüyünü təmin etmək üçün kredit risklərini və əməliyyat xərclərini azaltmaq üçün bankların kredit siyasətini təkmilləşdirmək.

Bazarın iqtisadi əlaqələrin formalaşmasında bankların effektiv rolu dövlət təsiri tədbirləri, eləcə də bankın və iqtisadiyyatın real sektorlarının bir-birindən asılılığının artırılması üsulu ilə gerçəkləşdirilə bilər. Son təcrübə daxili iqtisadiyyatı qlobal iqtisadi zərbələrin mənfi təsirlərindən qorumaq və bazar iqtisadiyyatının inkişafı üçün kifayət qədər güclü bir bank strukturu yaratmaq üçün radikal tədbirlərin görülməsi üçün əsas kimi xidmət edir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA BANKLARIN TƏHLİLİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

2.1. Bank sisteminin hüquqi fəaliyyətinin müasir vəziyyəti

İngiltərədə birinci dəfə XVII əsrin sonu banklar adətən ticarət - sənaye sektorlarının kreditləşdirilməsi ilə məşğul olmuşdular. Ölkədən banknot buraxmaq hüququnu əldə edən ilk səhmdar bank olan (Bank of English) 1964-cü il İngiltərədə təsis olunmuşdur. Nəticədə, banklar iqtisadiyyatda pul və kredit ehtiyacını verən qurumlardır, iqtisadiyyatın templə və əhəmiyyətli inkişafında böyük rola sahibdirlər. Bank - əsasən hüquqi və fiziki şəxslərin maliyyə vəsaitlərini depozitə cəlb etmə, əldə olan vəsaiti faizlə və müddətlilik geri ödəmək şərti ilə öz adında, hesabına yerləşdirmək, fiziki və hüquqi şəxslərin hesabını açmaq və əməliyyatlarının toplusunu yerinə yetirmək üçün müstəsna hüquqa sahib kredit təşkilatıdır (Abbasov Ə., və d., 2003).

Bank xüsusi müəssisə olaraq əmtəə istehsal edir, ancaq onun istehsal etmiş olduğu əmtəə maddi istehsal sahəsi məhsullarından fərqlənir. Bank adı əmtəə istehsalı ilə məşğul deyildir. O, spesifik növ olan ödəmə vəsaiti – maliyyə istehsal edir. Banklar maliyyə vəsaitlərinin yığılması, kreditin verilməsi, pul ilə hesablaşmaların aparılması, dövriyyə üzrə kredit vəsaitləri emissiyası, ayrı-ayrı qiymətli kağızların buraxılması və s. funksiyaları yerinə yetirən xüsusi iqtisadi institutlar sayılır. Kredit idarələrində başlıca yer müəssisə ilə təşkilatların kreditləşməsi qaydalarını müəyyənləşdirən banklara aiddir. Artıq aydındır ki, iqtisadiyyatın pul vəsaitlərinin çatışmazlığını hiss etmiş subyektlərin hamısına kreditləri əsasən banklar verir. Banklar kredit əməliyyatları aparmaq üçün ancaq özünəməxsus kapitaldan yox, həmçinin, cəlb olunmuş vəsaitlərdən də istifadə edir.

Bank - xüsusi icazəyə sahib bir və ya bir neçə törəmə bankı sayılan, işi baş ofisin qurumunun yerləşdiyi dövlətin bank idarəetmə institutları ilə təşkilatı tərəfindən tənzimlənən, nəzarət edilən müstəqil maliyyə qurumu sayılır. Bank Nizamnamə kapitalı üzrə səsvermə hüququ verən, səhmlərin 50 faizi təsisçi banka yaxud bank holdinq şirkətinə aid olan törəmə bank olaraq fəaliyyətə başlaması

onunla təsisçi bank yaxud bank holding şirkəti arasında imzalanmış müqavilə əsasında gerçəkləşdirilir. Təsisçi banka yaxud bank holding şirkətinə törəmə bankın qəbul etmiş olduğu qərarlarının qanuna müvafiqliyini və icra olunmasına aid xüsusi təsir etmək səlahiyyətləri verilir. Bank filialı dedikdə - hüquqi şəxs olmayan bankın yerləşdiyi yerdən kənarında yerləşmiş, öhdəlikləri üzrə bankın özünün məsuliyyət daşımaları, banka icazə verilmiş fəaliyyətinin hər birinin və ya bir qismini gerçəkləşdirə bilən bankın xüsusi bölməsidir.

Xarici bankın filialı - Azərbaycanda Mərkəzi Bankın lisenziyası ilə ona icazə verilən bank əməliyyatlarını aparmaq hüququ olan xarici bankın xüsusi bölməsidir. Bank holding şirkəti isə bank lisenziyasına sahib bir və ya bir çox törəmə bankı olan, fəaliyyəti Mərkəzi Banklar tərəfindən tənzimlənmiş şirkətdir. Bank şöbəsi-hüquqi şəxs olmayan və bankın olduğu yerdən qıraqda yerləşən, öhdəlikləri üzrə bankın özünün məsuliyyət daşımaları, onun respublikada depozitlər cəlb etmiş yaxud köçürmə, hesablaşma-kassa əməliyyatları həyata keçirən xüsusi bölməsidir. Bank nümayəndəliyi - bankın yerləşdiyi yerdən qıraqda yerləşən, bank işi ilə fəaliyyət göstərməyə hüququ olmayan, ancaq onun mənafeələrini təmsil edən və müdafiə edən bankın xüsusi bir bölməsidir. Bank hesab edilməyən kredit təşkilatı-cəlb edilmiş vəsaitin hesabına (depozitlər istisna olmaqla) tək-cə pul formasında kreditlər verərək məşğul olan hüquqi şəxs adlanır. Bank müəyyən olunmuş qaydada xüsusi icazə ilə verilmiş, depozitlərdən və yaxud başqa qaytarılmış vəsaitlər cəlb olunmaqla, hesabından kreditlər vermək ilə əlaqəli fəaliyyəti, həmçinin müştərilərin tapşırığı ilə fərqli pul köçürmə ilə hesablaşma xəzinə əməliyyatlarını məcmusu olaraq gerçəkləşdirməyə müstəsna səlahiyyət sahib xüsusi maliyyə-kredit təşkilatı olaraq hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərməkdədir. Bank krediti – imzalanmış müqaviləyə müvafiq olaraq qaytarılmaq, müəyyən vaxtda və faizlərə müvafiq komissiyon haqları ödənilməsi ilə yaxud maddi təminat tələb etməyən müəyyən kəmiyyətdə verilmiş borc maliyyə vəsaitidir. Eyni şərtlərlə maliyyə vəsaitinin verilməsi barədə müştəri tərəfindən götürülmüş hansısa bir öhdəlik faizlər ödəyərək onların satın alınması və müqavilə əsasında hər hansı

formada verilən vəsaitin qaytarılmasını tələb etmə səlahiyyətinə sahib kredit verilməsi əməliyyatları anlaşılır (Bəşirov R., 2016: 300).

Bank təşkilatı uyğun müqavilə şərtləri ilə faizlər yaxud komissiyon haqlar qarşılanmaqla alıcılar bank əmanətçilərinin tələbi ilə geri verilməsini və ya başqa hesaba köçürülməyini nəzərdə tutan bank balansında həyata keçirilən cari, əmanət (depozit) formasında xüsusi hesaba qoyulan və ya tələb edilən hesaba köçürülmüş maliyyə vəsaitidir. Banklarda başlıca iştirak payı səhmdar kapitalının artıq faizini təşkil edən və ya müqaviləyə əsasən iştirakçısı olduğu hüquqi şəxslərin qərarlarının qəbul olunmasına əsaslı göstərməyə imkan yaradan paya və ya dolaylı şəkildə sahib olma hüququdur. İnzibatçı olaraq İdarə Heyətinin üzvləri, həmçinin bankın baş mühasibi yaxud mühasibat xidmət rəhbəri audit bölməsi əməkdaşları, bank filialı, şöbəsi qəbul edilir. Banka aidiyyəti olan şəxslər qrupuna bank inzibatçıları, quruluş bölmələri rəhbərləri, qərarların qəbul olunmasına iştirak edən bank əməkdaşları aiddir.

Maliyyə məsələlərinin həlli zamanı “Kredit təşkilatı”-xarici bankdakı yerli filial və yaxud bank olmayan bir qurumdur. Bank işlərində fəaliyyətini davam etdirən “Lazımı keyfiyyətlərə sahib şəxs”-vətəndaş qüsuruzluğuna sahib olan, həmçinin, ictimai mövqeyinə əsasən vicdanlı və etimada layiq olan və peşəkar keyfiyyəti və işgüzar mənafeləri bankın önəmli iştirak payının sahibi, inzibatçı və bank fəaliyyətindən kənarlaşdırılmış fiziki şəxslər nəzərdə tutulmaqdadır. Bankın gündəlik işində iştirak edənlərin etibarlılığını yüksəltmək və hüquqi şəxs olduğu zaman onun icra təşkilat rəhbərləri işləyə bilirlər. İnzibatçısı, müvəqqəti inzibatçı əvvəldə iqtisadi fəaliyyət sahəsi üzrə məsuliyyətə cəlb olunması faktının qeyri-mövcudluğu bank təşkilatında bir sıra peşə fəaliyyəti və vəzifəni tutması ilə məşğul olmasına şərait yaradır. Bankın təhlükəsiz işinin təmin olunmasına istiqamətlənmiş normativlər, qaydalar, tələblər və göstərişlərə əsaslanmış düşünülmüş davranış, idarəetmə və nəzarət metodu onun işçilərinin gündəlik vəzifə borcları olmaq, hər bir əməkdaşın səlahiyyət dairəsini müəyyən etmək üçün istifadə edilən əmək normalarının toplusudur. Bankın məcmu kapitalı adətən onun öz vəsaitindən təşkil olunmaqla gündəlik hesabatda haqq-hesabat məqsədləri üzrə istifadə edilir və onun

miqdarı dövlətin Mərkəzi Bank tərəfindən müəyyən edilmiş normativ xarakterli aktlarla sərhdənlənmiş I dərəcəli (əlavə) bank təşkilatı sayılaraq onun əsas kapitalla aid olan bütün hissələrin toplusu və bank ödəmələrin miqdarına nəzərən müəyyən edilir. Azərbaycan Respublikası ərazisində banklar və bank sayılmayan kredit təşkilatları bank işini Mərkəzi Bankın vermiş olduğu xüsusi razılıq (lisenziya) icazəyə əsasən gerçəkləşdirə bilərlər. Depozit əməliyyatları təkcə bank təşkilatları tərəfindən müəyyən edilmiş normalara əsasən gerçəkləşdirilir.

Bank sayılmayan kredit təşkilatlarının bank işlərinə icazə verilməsi və gündəlik rejimdə fəaliyyətin tənzimlənməsi qüvvə olan qanunvericilik, eyni zamanda Mərkəzi Bank tərəfindən qurulmuş şəraiti iqtisadi-siyasi hala müvafiq bank fəaliyyəti qaydaları müəyyən olunur. Bank hansısa hüquqi və fiziki şəxsin xüsusi icazəsi olmadan bankçılıqla məşğul oldmasını müəyyən etdikdə, sözügedən şəxsin fəaliyyətinə xitam verilməsi barədə tələb göndərir və bir sıra dövlət qurumlarına bu haqda rəsmi yazılı məlumat verilir. Bankın müəssisəsinin adı adətən onun nizamnaməsi ilə müəyyən olunmuş xüsusi, yəni-məxsusi adında mütləq şəkildə “bank” sözü vaciblidir. Heç bir bank hər hansı sənəd, elan və ya reklamda özünün nizamnaməsində qeyd edilən addan fərqli olaraq başqa isimlə adlandırılı bilməz yaxud fəaliyyət sahəsini dəyişdirmə səlahiyyətinə sahib olması mümkün deyildir. Bankın törəmə bankları adında əsas bankın ismi qeyd edilmədir və onun filialları, şöbələri və ya nümayəndələrinin adında bank məvhumu hüquqi bağlılıq və mənsubiyyət mənisiylə işlədilir. Bank işə başlamaq üçün verilən xüsusi icazənin ləğv edilmiş bankların adındakı “ləğv prosesində mövcud olan” sözləri əlavə olunmaqla onun tam mahiyyətilə alıcıları zamanında məlumatlandırmağa borcludur. Respublikamızda fəaliyyətdə olan bank müəssisəsinin adında “dövlət”, “Azərbaycan Respublikası”, “milli” sözlərindən yararlanmasına təkcə qanunvericilikdə nəzərdə tutulduğu vəziyyətlərdə yol verilir, bununla bərabər dövlət ərazisində bir neçə bank müəssisəsində şərti olaraq eyni isimdə fəaliyyət göstərməsi qeyri-mümkündür (Əhmədov M.M., 2015: 250).

İqtisadi ədəbiyyatda qeyd edildiyi kimi, ümumilikdə iqtisadiyyat dörd sahəyə Real sahədə bank sisteminin inkişafına tarixi zəruriliklə bağlı olan bəzi

makroiqtisadi və siyasi amillər təsir göstərir. Həmin amilləri ayrı-ayrılıqda araşdırmaq.

1. Əmtəə-pul əlaqələrinin inkişaf səviyyəsi. Banklar iqtisadiyyat üzrə pulla əlaqəli əməliyyatları icra edirlər. Onlar fiziki şəxslər ilə hüquqi şəxslərin sərbəst maliyyə vəsaitlərini cəlb edir, kreditlər təklif edir, ayrı-ayrı məqsədlərlə nağd və nağdsız hesablaşmalar həyata keçirirlər. Ona görə də dövlət iqtisadiyyatında əmtəə-pul əlaqələrinin, istehsal və ticarət üzrə inkişaf səviyyəsi, maliyyə dövriyyəsinin durumu, bank sistemi fəaliyyətinə əsaslı şəkildə təsir göstərir, onun mənasını müəyyən edir.

2. İqtisadi və ictimai qaydalar, onların təyinatları və sosial istiqamətləri. Başqa formada əmanət, depozit fəaliyyəti lazımi dərəcədə stimullaşdırılmazsa və həmin iş mövcud qaydalarla, normativ sənədlər ilə nizamlanmazsa, o zaman banklar hüquqi şəxslər ilə fiziki şəxslərin sərbəst pulunu cəlb edə bilməz. Belə ki, cəmiyyətin inkişafının hansısa bir mərhələsində, hərbi kommunizm zamanında olduğu kimi əmtəə mübadiləsi ilə pul dövriyyəsi dayandırılırsa və yalnız həmin proses əmtəə bölgüsü ilə aparılırsa, belə halda nə banklar, nə də ki, başqa kredit təşkilatları səmərə qazana bilməz və sistemin inkişafında ləngimə gedər.

3. Qanunvericilik bazası ilə qanunlar. Dünyanın əksər dövlətlərində olan bank qanunvericiliyi heç də bir-biri ilə birlikdə təşkil etmir və onların içərisində xeyli fərqlər vardır. Elə dövlətlər var ki, oradakı banklara qiymətli kağızlarla əməliyyat həyata keçirmək, öz kapitalın iqtisadiyyatın hansısa bir sahəsinə istiqamətləndirmək və ya sahələr üzrə təmərközləşmə aparmaq qadağan olunmuşdur. Başqa dövlətlərdə isə banklara sığorta ilə məşğul olmağa icazə yoxdur. Bank qanunvericiliyi həmin sistemin önəmli bir hissəsidir. Hazırda ölkəmizdə bank fəaliyyətinə aid iki vacib qanun fəaliyyət göstərməkdədir:

1) 2004-cü il 12 dekabr tarixli “Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı barəsində qanun”,

2) 2004-cü il 16 yanvar tarixli “Azərbaycanda banklar barəsində qanun”.

4. İqtisadiyyatda bankların yeri və mahiyyəti barədə ümumi təsəvvürlər. Mərkəzləşdirilən idarəetmə sistemi mühitində banklar ölkə idarəetmə sisteminin

bir hissəsi olaraq müəssisəyə təşkilatların işinə nəzarət edən orqan kimi mövcud idi. Həmin şəraitdə banklar maddi nemət yarada bilməyərək üst qurum vəzifəsində çıxış edirdi. Bazar iqtisadiyyatı ilə ona keçid mühitində banklar ümumiyyətlə fərqli xarakter daşımaqdadırlar. Çoxpilləli bir sistem əmələ gəlir ki, bank sistemində ayrı-ayrı mülkiyyət formaları –ölkə, şəxsi, kooperativ, səhmdar, qarışıq və s. işə başlayır, ixtisaslaşdırılmış kredit təşkilatları qurulur. Banklar beləliklə, çoxsaylı əməliyyatlarla xidmətləri gerçəkləşdirir. Nəticədə, sistemin inkişafı onun mahiyyətindən asılı olur, təsəvvürlər dəyişdiyi zaman sistemə münasibət də dəyişir. Banklarda iqtisadi yüksəliş zamanı banklar daha yaxşı halda olurlar. Odur ki, müəssisələr, fiziki və bütün hüquqi şəxslərin fəaliyyət sahələri artır, bank xidmətlərinə tələb güclü şəkildə artır. Bank əməliyyatları artır, beləliklə, əldə edilən mənfəət də çoxalır. Həmin mənfəət kredit təşkilatları inkişafına sərf olunur. Belə vəziyyətdə bank risklərinin səviyyəsi enir, onların fəaliyyəti sabit xarakter alır, likvidlik dərəcəsi qalxır. İqtisadi böhran zamanı tənəzzül olur, inflyasiya, maliyyə vəsaitlərinin azlığı, stabilliyi pozan amillərə çevrilir. Həmin şəraitdə banklar üçün pulların cəlb olunması çətinləşir, onların həyata keçirdiyi əməliyyatların həcmi ciddi şəkildə azalır, risklərin səviyyəsi qalxır, bu cür hallarda banklar demək olar ki, uzunmüddətli kreditləşməni də dayandırırırlar. İnflyasiya bankların sahib olduqları kapitalı dəyərdən salır. Büdcə azlığı əlavə maliyyə kütləsinin emissiyasını labüdləşdirirki, bu da əksər hallarda vəziyyəti lap da ağırlaşdırır.

5. Siyasi amillər. Ən önəmli siyasi amillərdən biri respublikada aparılan siyasətin inkişaf yönüdür. Əgər dövlətdə bazar iqtisadiyyatı inkişafına imkan verilərsə, şəxsi mülkiyyət inkişaf etmişsə, bu zaman bank kapitalı həcmnin, bankların və ümumilikdə, kredit təşkilatları sayının çoxalması, bank sistemində möhkəmlənmə, onun iqtisadiyyatdakı yerinin daha da möhkəmlənməsi üçün müsbət şərait yaradır. Siyasi aləm üzrə qeyri-müəyyənlik olduqda isə bank sistemində inkişaf ləngiyir, valyutanın dövlətdən xaricə axını baş verir. Həmçinin, dövlət rəhbərliyinin dəyişməsi də bank sistemi inkişafına təsirsiz ötürür.

6. Mövcud banklararasıdakı rəqabətin səviyyəsi. Bazar iqtisadiyyati mühitində çoxsaylı azad bankların əmələ gəlməsi, onları yeni müştəri üçün mübarizəyə sövq edir, göstərilmiş xidmət növlərinin artmasına, xidmətin keyfiyyətinin qalxmasına, ayrı xidmət sahələrinin yaradılması üçün məcbur edir.

7. Dövlətin iqtisadi siyasətində olan dəyişikliklər, iqtisadi inkişafın səviyyəsi; Bank sistemi inkişafına təsir göstərən amillərdən biri də dövlətin iqtisadi siyasəti üzrə olan dəyişikliklər iqtisadi inkişaf səviyyəsi və ölkənin cari iqtisadi siyasətidir. Ölkənin iqtisadi siyasətinin gerçəkləşdirilməsini təmin edən orqanlardan biri isə Mərkəzi Bankdır. Mərkəzi banklar ölkənin iqtisadi siyasətindəki istiqamət dəyişiklikləri ilə bağlı dərhal öz strukturları üzrə dəyişiklik edir. Qanunvericiliyə əsasən Mərkəzi banklar yalnız ayrı-ayrılıqda kommərsiya banklarına yox, həmçinin ümumilikdə bank sisteminə təsir göstərə bilər. Bank sisteminin fəaliyyətinin sabitləşməsini gerçəkləşdirmək üçün Mərkəzi banklar kommərsiya banklarındakı ehtiyatlarını çoxaltmağı, kreditlərin verilməsini tələb edən, mərkəzləşdirilən kredit ehtiyatlarından istifadəyə əsasən faiz dərəcələrini dəyişə bilər.

2.2. Azərbaycan manatının (AZN) devalvasiyasının bank sektoruna göstərdiyi təsirin təhlili

2015-ci ilin əvvəlləri aparılan devalvasiya Azərbaycanın maliyyə sahəsində irəliləyişsiz dəyişikliklər meydana gətirdi. Devalvasiyadan sonrakı ilk günlərdə valyuta çaxnaşması olmuş və həmin prosesdə kommərsiya bankları özünü yaxşı tərəfdən göstərməyibdir. Dollara tələb çoxalan zaman dollar banklardan yoxolmağa başladı, pul köçürmə prosesləri tamamilə və ya az da olsa dayandırıldı, başqa bank əməliyyatları sabit hala düşdü və bank sistemində olan hal istəriyaya bənzəyirdi.

Həmin vaxtlarda, kommərsiya bankları, fəvqəladə hallara hazırlıqsız olmasını göstərdi. Dollar birdən-birə və bankların hamısından dərhal yoxa çıxdı, banklar satışı dayandırdılar. Valyuta çaxnaşması yarandıqdan sonra Mərkəzi Bank banklara dollar satmağı təklif etmişdi, hərracları keçirilmişdi, ancaq hərracların banklardan tələbatını tam təmin etməsinə baxmayaraq, bir müddət banklarda dollar

görsənmədi. Bütün həmin proseslərdən dərhal sonra Mərkəzi Bank bəzi bankları bağlamış və yerdə qalan banklara birləşmək təklif olunmuşdur.

Maliyyə Bazarlarının İdarə Olunması üzrə Palatanın rəhbərliyinin axırıncı bəyanatlarında tanınmış beynəlxalq reyting agentliyi Fitch Ratings-in Azərbaycanın bank sisteminin imkanları ilə əlaqəli fikirləri əvvəlki il bankın uğursuzluqları ilə ziddiyyət təşkil etməkdədir. Xatırlayaq ki, 2016-cı ildə 11 bank bağlanıb və kredit təşkilatlarının sayı 32-ə enibdir. Həmçinin, Palatanın rəhbərliyinin fikrincə, bank sahəsində ümumi sabitləşmə müşahidə edilir. Ancaq reyting agentliyinin göstərdiyi rəqəmləri nəzərə alsaq, böhranın bank sahəsində sona çatması haqda danışmaq indi çox, çox tezdir.

2016-cı il banklar üzrə real bir test olsaydı, 2017-ci il də onlar üçün bir islahat ili, yeni iqtisadi gerçəklərə uyğunlaşma və artışı bərpasına hazırlıq ili olubdur.

Bütövlükdə son bir neçə ildə bank hadisələri çox olmuşdur. 2017-ci il də buna istisna deyildir: bank ombudsmanı institutu, Maliyyə savadlılığı şurası quruldu, “Azərbaycan Kredit Bürosu” MMC yaradıldı. 2016-cı ildəki kimi eyni sayda olmasa belə, bəzi bankların lisenziyaları ləğv olundu.

Bütövlükdə, çətin 2015-2016-cı il zəmnindən sonra, bank sahəsi tədricən bərpa olmağa başlayıb, 2017-ci ilin sonuna kimi bu lap da aydın özünü göstərdi. İlk olaraq, sahə öz gəlirliliyini bərpa etdi - 2017-ci il noyabr ayının başlanğıcında banklarda xalis mənfəət 2016-cı ildə 1,7 mlrd manat itkiyə qarşı 549,6 mln manat təşkil edibdir. Banklarda məcmu kapitallaşması 1,9 mlrd-dan 3.1 mlrd manatadək yüksəlmişdir. Eyni zamanda bank işçilərinin sayında artma da bərpa olundu (AtaBank” ASC rəsmi saytı - <http://www.atabank.com>: 2016).

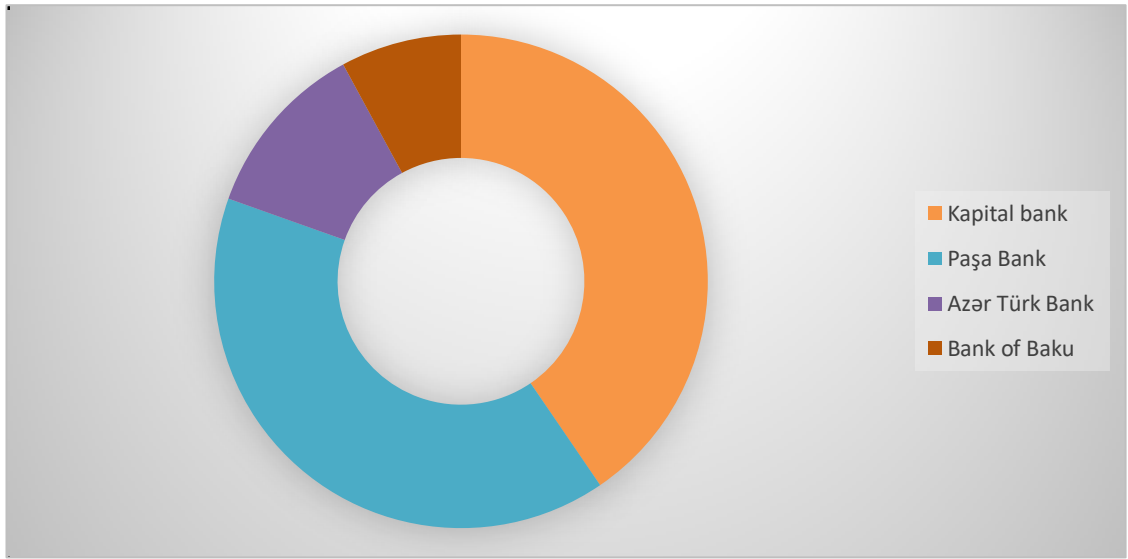
2016-cı ildə maliyyə göstəriciləri əsasında 4 bankın təhlilini nəzərdən keçirək.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu banklar 2016-cı il aktivlər üzrə ən güclü banklar sayılır. “Kapital Bank” banklarda aktivlərin ümumi həcmi 2 mlrd 807 mln manatla xüsusi rol oynayır. Bundan başqa, “Paşa Bank” (2,77 mlrd manat), “Azər-Türk Bank” (807 mln manat), və “Bank of Baku” 549 mln manat).

Ölkəmizin bank sahəsində banklar kreditləşmənin yüksəlməsini davam etdirmək, əmanət cəlb etmək məqsədilə tədbirlər görməlidirlər. Əlbəttə, banklar ilə

tənzimləyiciləri banklara ictimaiyyətin etibarının bərqərar olması cəhətdən böyük işlər gözləməkdədir. Keçən bir neçə il ərzində sektorda vəziyyətin yaxşılaşdırılması üzrə xeyli işlər görülmüşdür: təzə qanunlar qəbul olunmuş, köhnələr müasirləşdirilmiş və əlavə edilmişdir. Lakin son bir ildə gerçəkləşdirilən təşəbbüslər və tədbirlər 2018-ci il bank sektoru və iqtisadiyyatın ümumilikdə yenidənqurma və inkişaf mərhələsinə başlayamasına ümid yaradır.

Şəkil 3. Aktivlər üzrə



Mənbə: Bankların hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı ilə Beynəlxalq Bank bazarda ən önəmli iki oyunçudur. Aktivlərin həcmi dövlət daxilində bank kapitalının böyük bir qismini əhatə edir. Onları Kapital Bank, Xalq Bank, KB Standart Bankı və digər banklar izləyirlər.

Sahibkarla və fərdi şəxslərə yardım etmək üçün AMB pul və maliyyə stabilliyi siyasətinin başlıca istiqamətləri barədə bəyanat veribdir. Bəyanatda elektron xidmətlərin inkişafı üzrə nəzərdə tutulmuş tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur ki, bu isə maliyyə xidmətlərinə çıxışların genişləndirilməsi zamanı önəmli rol oynayır. Hazırda 23 bank İnternet-bank xidmətləri, 15 bankı da mobil bank xidmətlərini göstərir (Atabank maliyyə göstəriciləri <http://banco.az/az/banks/afb-bank>).

Bank sahəsi üçün 2017-ci ildən xeyli müsbət başlamışdır. Qeyd etməliyik ki, ölkəmizin bank sistemində yaşanmış çətin vəziyyətlə bağlı olaraq, 2015-ci ildə ipoteka kreditləri həcmi milli valyutaya əsasən yüz milyona çatandan sonra altı ay müddətində kreditlər verilməmişdir.

2017-ci ilin I rübü üzrə bankların reytingi aşağıdakı formada olmuşdur.

Cədvəl 2. 2017-ci ilin III rübündə bankların reytingi

Bank	Aktivlər	Kapital	Kredit portfeli	Depozit portfeli	Mənfəət
Ziraat Bank Azərbaycan	167 796	64 271	70 174	61 249	3 157
Yapı Kredi Bank Azərbaycan	403 786	60 482	169 462	302 000	6 251
Xalq Bank	1 805 245	253 413	1 285 399	1 186 445	13 125
VTB Bank Azərbaycan	395 106	37 860	279 238	40 499	2 420
Unibank	604 823	42 990	280 613	370 262	-10 755
Turanbank	525 655	59 441	278 368	251 835	-379
Rabitəbank	730 308	287 671	171 367	197 841	642
Paşa Bank	3 456 994	372 754	903 571	2 787 928	29 039
Nikoil Bank	410 684	41 203	292 124	229 023	-140
NBC Bank	171 815	55 924	127 934	71 331	2 485
Muğanbank	423 923	58 658	334 009	171 257	-4 627
Kapital Bank	3 025 136	287 671	1 220 072	2 237 528	57 636
Gunay Bank	177 067	58 276	131 388	58 859	2 079
Expressbank	295 369	142 666	165 744	129 326	828
Beynəlxalq Bank	7 106 530	367 405	2 217 421	3 817 646	469 893
Bank Silk Way	405 643	123 482	369 797	170 980	6 692
Bank Respublika	710 542	46 602	224 575	212 989	-1 619
Bank of Baku	433 679	40 508	196 742	272 121	-31 890
Bank of Baku	249 315	38 950	124 153	69 313	162
Bank BTB	249 315	38 950	124 153	69 313	162
Bank Avrasiya	29 464	63 886	86 781	29 464	10 990
Azər Türk Bank	259 206	53 440	115 490	187 589	128
Atabank	621 975	149 175	532 577	293 206	1 673
ASB Bank	941 870	90 063	303 227	609 545	4 619
Amrahbank	235 082	47 936	97 441	140 774	-5 822
AGBank	510 545	52 191	283 295	216 353	-1 699
AFB Bank	349 500	67 580	219 882	143 407	-11 312
AccessBank	852 001	78 357	497 672	376 792	-48 298

Mənbə: <http://www.atabank.com>.

On il müddətində ipoteka kreditləşməsində ümumi nailiyyətlərə gəldikdə, kreditlərin məbləği 740 mln manatdan təqribən 18,2 min manat təşkil etmişdir.

Azərbaycan Respublikasının ən son xəbərlərinə əsasən, banklar indi ancaq ölkə vətəndaşlarına və tək-cə milli valyutada ipoteka kreditlərini verə biləcəklər (Əliyev M.F.,2003).

İpoteka ödənişinə gəldiyimiz zaman isə, Azərbaycanın bankları borc alanın əmək haqqısının 70% -dən çoxunu istəməyə borcludur. Son ödəniş edən zaman müştəri normativ pensiya yaşını da keçə bilməz.

Qeyd etməliyik ki, “Azərbaycan Respublikası İpoteka və Kredit Zəmanət Fondu” ilə müəyyən olunmuş şərtlərlə kredit verməyə imkan yaradn Azərbaycan bankları siyahısı 20 maliyyə və kredit təşkilatından təşkil olunmuşdur. Eyni zamanda veb saytında dövlətin bütün kredit təşkilatları üzrə bu gün üçün Azərbaycanın banklarında bir dollar məzənnəsi ilə son aylarda dəyişmənin dinamikası vardır(<https://www.ibar.az/az>).

Beynəlxalq agentlik olan Fitch Ratings 2018-ci il ölkəmizdə bank kreditlərinin bərpa edilməsini gözləyir. Fitch analitikləri qeyd etmişdir ki, Azərbaycanda kreditlər ilə depozitlərin dollarlaşması təqribən azalıb. Agentliyin verdiyi məlumata əsasən, bu da milli valyutaya sayılan inamın çoxalmasını əks etdirir. “Fitch” in məlumatına əsasən, dövlətin ən iri bankı, Beynəlxalq Bank of Azerbaijan, təzədən qurulmasını demək olar ki tamamlayıbdır.

Cədvəl 3. “İpoteka və Kredit Fondu” ASC-nin hesabına verilən ipotekanın əsas şərtləri aşağıdakı kimidir

Şərtlər	İpoteka kreditləri	Güəştli ipoteka kreditləri
Maksimal məbləğ	150 000 AZN	100 000 AZN
Maksimal illik faiz dərəcəsi	8%	4%
Maksimal müddət	25 il	30 il
Minimal ilkin ödəniş	15%	10%

Mənbə: <http://novosti.az/economy/14511.html>

Həmin kreditləri aşağıda çəkilməmiş cədvəldə qeyd olunan bankların göstərilən filiallarından almaq olar.

*Yaşayış minimumu - Borc alanın (birgə borcalanın), onun ailəsinin yaşayışı və şəraiti ilə əlaqəli hər bir ailə üzvünün saxlanılmağı üçün xərc dövlət üzrə təyin

olunmuş yaşayış minimumundan aşağı götürülməsi qeyri-mümkündür. 2017-ci il üzrə yaşayış minimumu ölkədə 155 manat təyin edilmişdir.

****İlkin ödəniş** - Yaşayış sahəsinin əldə olunmasına istiqamətlənmiş şəxsi vəsait sayılır. İlkin ipoteka kreditləri üzrə 15-25 faiz, güzəştli ipoteka kreditləri üçün 15 %-dən az olmamalıdır.

Qeyd etməliyik ki, 2015-ci il dekabr ayının axırında Azərbaycan Mərkəzi Bankı milli valyutanı dəyişkən valyuta məzənnəsinə köçürmüş və nəticədə Azərbaycan bankları valyuta məzənnəsinə manata əsasən aşağı səviyyədə müəyyən etmişdir (dollarəzərən 97,6% azalıb). Həmçinin, 20.02.15-dən 12.01.17-dək, dolların ümumi həcmi manatla demək olar ki, 127% yüksəlmişdir.

Cədvəl 4. İpoteka krediti verən banklar

Bankın adı (müvəkkil kredit təşkilatı)	Yaşayış minimumu*	İlkin ödəniş faizi**	
		Adi	Güzəştli
“Yapi Kredi Bank” QSC	155	30	30
“Xalq” Bankı ASC	155	30	30
“UniBank” KB ASC	155	20	20
“Turanbank” ASC	155	30	30
“Rabitəbank” ASC	155	30	30
“Kapital Bank” ASC	200	30	30
“Express Bank” ASC	155	20	20
Bank “BTB” ASC	155	20	30
“Nikoyl” ASC	155	15	15
“NBCBank” ASC	155	15	25
“GünayBank” ASC	155	25	25
“Bank Silk Way” ASC	155	25	30
“Bank Respublika” ASC	200	25	15
“Azər-Türk Bank” ASC	180	25	15
“AFB Bank” ASC	180	30	25
“Bank VTB (Azərbaycan)”	175	20	15
“Bank Avrasiya” ASC	155	15	15
“Muğanbank” ASC	160	30	30
“Bank of Baku” ASC	180	20	25
“AtaBank” ASC	180	30	30
“PAŞA Bank” ASC	180	30	30
“AGBank” ASC	170	25	15

Mənbə: <http://novosti.az/economy/14511.html>

Agentliyin qeyd etmiş olduğu növbəti addımlar, valyuta mövqeyinin bağlanması ilə bankın özəlləşdirilməsini əhatə edəcəkdir. 2015-ci il Azərbaycan Beynəlxalq Bankı bank üzrə təkmilləşdirilmə proseduruna başlamışdır. Həmin tədbirlərin bir qismi keçən ilin yayında Bankın kreditorları 3,34 mlrd dollar həcmində valyuta öhdəlikləri üzrə könüllü yenidənqurma planı qəbul etmişdilər. Bərpa proseduru sona çatdıqdan sonra hökumətə aid Beynəlxalq Bank səhmlərinin özəlləşdirilməsi nəzərdə tutulmaqdadır. Azərbaycanın Mərkəzi Bankının məlumatına əsasən, dövlətin kredit təşkilatları 2016-cı ilə nəzərən 28,5 faiz, 11 757,8 mln manat məbləğində kredit həcmi azaltmışdır. Ödənilən kreditlərin həcmi il boyu 10,5 faiz yüksəlib. Banklar ilə qeyri-bank kredit təşkilatlarının kredit portfelində gecikən kreditlərin payı 13,8 faiz olmuşdur (Банки в Азербайджане-список, курсы валют, новости <http://internet-banking.su/banki-azerbaydzhana/>)

2018-ci il Azərbaycanın Mərkəzi Bankı çevik məzənnə rejimini qoruyacaqdır. Həmin yanaşma xarici şoklara effektiv təsir edir. Bu, tənzimləyicinin 2018-ci ildə pul siyasətinin önəmli istiqamətləri və orta müddətdə rəsmi mətbuatda dərc edilmiş bəyanatında verilmişdir (<http://Mcgf.Az/?/Az/Menu/10/>).

Qeyd olunduğu kimi, Mərkəzi Bank, manat məzənnəsinin qısamüddətli dəyişməsinin qarşısını almaq üçün, valyuta bazarı əməliyyatlarında məhdud iştirak etməyi planlaşdırmaqdadır. Bu, ilk olaraq makroiqtisadi amillərin nəticəsi sayılır. Həmçinin, tənzimləyici konservativ maliyyə siyasətini davam etdirmək fikrindədir.

Mərkəzi Bank bəyanatında eyni zamanda bank sahəsinin yenidən qurulması məqsədilə xüsusi mexanizmlər yaratmağın önəmini göstərir. Tənzimləyici, işlərin davam etdirməyən kreditlərin problemini həll etməyə və bankların maliyyə stabilliyini bərpa etməsinə, gücləndirilməsinə davam edəcəyini qeyd edir.

Bu siyasət ətrafında AMB inflyasiya və inflyasiya gözləntilərinin tempini nəzərə alaraq diskont dərəcəsini "müsbət zonada" saxlamaq arzusundadır (<http://novosti.az/economy/14511.html>)

Nəticədə, aparılan tədqiqat əsasında müəyyən edildi ki, Azərbaycanda bank sahəsi FED-in qərarı ilə dollar məzənnəsinin iki dəfə dəyişməsi sayəsində böhran yaşamış, 11 bank bağlanıb, kredit təşkilatlarının sayı isə 32-yə enibdir. Ancaq artıq

2017-ci ildən bank sahəsində canlanma olmuş və bank sahəsində bərpa işlərinə hazırlıq işləri görülmək üçün başlamışdır.

2.3. Müasir vəziyyətdə bank sektorunun qiymətləndirilməsi

Marketing tədqiqat prosesi üzrə əldə olunan informasiyalar emal, ümumiləşdirmə, izah prosedurundan keçməlidir. Bu zaman, üç sahə ayrılır: sıralama, ölçmə, ümumiləşdirmə və analiz. Verilmiş informasiyaların sıralanması informasiyaların kateqoriyalara bölüşdürülməsi, onların redaktə olunması və nəticələrinin kodlaşdırılması, həmçinin onların tabulyasiya olunmasından ibarətdir.

Məlumatların kateqoriyalara əsasən sıralanması öncədən müəyyən olunmuş şərti siniflərə və ya zonalara əsasən gerçəkləşdirilir.

Redaktə, informasiyaların istifadə olunması imkanı nəzərə alınaraq oxunması deməkdir. Nəzərdən keçirilmiş materialın cədvəllər formasında təqdim olunması onların tabulyasiya olunmasını nəzərdə tutur.

Şkalalaşdırma, informasiyaları müəyyən meyarlara əsasən təsnifləşdirmək deməkdir. Praktika üzrə nominal şkaladan (təsnifat), sıralama şkalasından (dərəcə) və kəmiyyət (metrik) şkalasından istifadə olunur.

Nominal şkalalar obyektin bəzi xüsusiyyətlərə sahib olduğuna əsaslanır və müəyyən bir xarakterikliyin varlığını və olmaması ilə təsnif olunur.

Sıralama şkala tədqiq edilən obyektə aşkar edilən xüsusiyyətin intensivliyini qarşılaşdırır, yəni, onları “az-çox” əlamətinə əsasən yerləşdirir, ancaq nə qədər çox yaxud nə qədər az göstərmədən. Sıralama şkalasına eyni zamanda dərəcə şkalası (misal üçün, məhsulların keyfiyyəti ilə rəqabət qabiliyyətinin dəyərləndirilməsi sistemi) deyilir. Dərəcə şkalası iqtisadiyyatdakı seçimləri, misal üçün, təklif və tələbin analizində geniş istifadə edilir. (Аболихина Г.А. 2012).

Kəmiyyət yaxud metrik şkala aralıq və mütənasib şkalalara ayrılır. Metrik şkala mümkün statistik əməliyyatların hamısının əsasını təşkil edir.

İnformasiyaların təhlili ilə ümumiləşdirilməsi cib kompüterləri və elektron kompüterdən (fərdi yaxud böyük bir kompüterdən istifadə edərək) məlumatların

emalında istifadə olunduqda əl, kompüter (yarıkkompüter) üsulları ilə gerçəkləşdirilir.

Emal üçün təsviri, həmçinin analitik metodlardan istifadə edilir. Marketingin analitik üsullarından tez-tez istifadə edilir: bu üsullara trend analizini, qeyri-xətti reqressiya ilə korreksiya üsullarını, diskriminant analizini, klaster analizini, faktor analizini və s. aid etmək olar. Müxtəlif analitik üsulların tətbiqinin mümkün istiqamətləri Cədvəl 5-də qeyd edilmişdir.

VTB Bankın (Azərbaycan) korporativ alıcılarının VTB Online İnternet-bankinqin xidmətinə olan marağı yüksəlir. İnternet-bankinqin başlanğıcından etibarən, korporativ alıcıların 44% -i distant xidmətə qoşulubdur.

Cədvəl 5. Analitik metodlardan istifadə nümunələri

Metod	Suallar
Regresiya analizi	Reklam fəaliyyətinin həcmi 10% azalan zaman satış həcmi necə dəyişəcəkdir? Gələn altı ay ərzində pambığın qiymətini necə dəyərləndirmək olar? Avtomobil sənayesi və tikintidə investisiya həcmi təsir edə bilərmi?
Dispersiya analizi	Paketsatış səviyyəsinə təsirgöstərirmi? Reklamın rəngi reklamı yada salmaqda adamların sayına təsir edirmi? Satışkanlarının seçimində satışın həcminə təsirgöstərirmi?
Diskriminant analizi	Siqaret çəkənlə siqaret çəkməyənin arasındakı fərq nədir? Kredit alıcılarının kredit qabiliyyətini aşağıdakı əlamətlər üzrə təsnifləşdirin: "əmək haqqı", "təhsil", "yaş"
Faktor analizi	Avtomobil alıcılarının əksər kompleks amillərdən bilavasitə həssas olduğu çoxsaylı əməliyyatlardan asılı olmasını necə qurmaq olar? Həmin amillərin effektiv avtomobil markalarına təsirini nə cür təsvir etmək olar?
Klaster analizi	Böyük bir ticarət mərkəzindəki alıcı qruplarını ehtiyacları yönündə bölüşdürün. Məşhur bir jurnalın oxucularını necə aşkar etmək olar? Satınalmaları siyasi proseslərdə maraqlarınıza müvafiq olaraq təsnif etmək olarmı?
Çoxölçülü şkalalaşdırma	Şirkətinizin məhsulu alıcıların ideal təsəvvürünə nə şəkildə uyğun gəlir? Sizin şirkətiniz nə cür imicə sahibdir? Alıcıların mövqeyibəş il müddətində dəyişəcəkmə?

Mənbə: (Аболихина Г.А. 2012).

VTB Online İnternet-bankinqə qoşulmaq pulsuzdur. Hüquqi şəxslərin istifadə etmiş olduğu ən məşhur xidmətlər dövlətin daxilində və xaricdə, bilavasitə Rusiyaya köçürmə, eyni zamanda maaşın köçürülməsidir (Жукова Е.Ф., 2008)

İnternet-bankinqin yardımını ilə ayrı-ayrı əməliyyatların aparılması mümkündür: bank hesabları ilə ayrı-ayrı xidmətlərin ödənilməsi, maaş layihələri üzrə çoxlu ardıcıl ödənişlər ilə ödənişlərin kütləvi köçürülməsi, həmçinin kart sifarişi və başqa bank əməliyyatları.

Eyni zamanda, VTB Bank (Azərbaycan) mobil bankinq xidmətin həyata keçirir. Nəticədə, İnternet-bankinq istifadə edənlər mobil cihazlarına lazımı proqram tətbiqini yükləməklə VTB Mobile-dən azad istifadə edə bilirlər. VTB Mobile mobil bankinqi isə iOS və Android platformalarını dəstəkləmiş mobil qurğularda vardır.

Bank VTB (Azərbaycan) sahibkarlara 1 ilə 30 gün kmi qısa müddətli kredit məhsulu overdraft (hərfi tərcümədə "over" -artıq, "draft" - layihə)təklif etməkdədir. Overdraft alıcının cari hesab üzrə vəsaitlərin dövriyyəsi üzrə müvəqqəti boşluq səbəbindən maliyyə vəsaitlərinin çatışmazlığı olduğu zaman avtomatik olaraq təmin olunan qısa müddətli kreditdir (Лаврушина. О.И. - Инфра-М., 2006)

Overdraft hüquqi şəxslər, həmçinin sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan adamlar tərəfindən hüquqi şəxs yaradılmayaraq istifadə oluna bilər. Bunu etmək üçün bankın alıcıları bir limit qoymalı, anket doldurmalıdır. Bank müştəriləri olmayan şirkətlər üzrə əlavə olaraq digər bir bankdakı hesablardakı dövriyyə arayışı tələb edilir və xidmətin həyata keçirilməsinin mümkünlüyünü təsdiq edəndən sonra Bank VTB (Azərbaycan) ilə cari hesab açılmaqdadır.

Həmin məhsul sadələşdirilmiş prosedurlar, minimum sənədlər paketi ilə təmin olunur. Qərar vermə ilə overdraftınqin verilməsi lazımı qədər tez bir vaxtda gerçəkləşdirilir. Overdraft limiti alıcının ehtiyaclarını nəzərə almaqla fərdi olaraq müəyyən olunur. 2016-2019-cu illəri əhatələşdirən Strateji Plana müvafiq olaraq Turan Bank hesabat ilindəki satış şəbəkəsinin effektivliyini, aktivlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsini, kapitalının davamlı artımını, xarici investorların dövlət iqtisadiyyatına geniş cəlbi şəklində planların icrası yönündə işlər görmüşdür (Наточеева, Н.Н., 2016: 190).

Fəaliyyətinin başlıca hədəfi alıcı razılığı olan Bank hesabat ili üzrə alıcılarını yeni mütərəqqi xidmət növləri ilə sevindiribdir. Odur ki, keçən il Bank Böyük

Britaniyanın TaxFree4U şirkəti ilə bağladığı müqavilə ətrafında alıcılara Tax Free xidmətini təklif etməyə başlamışdır. Bankın təklif etdiyi həmin xidmət ən aşağı komisyon haqqı qarşılığında alıcıların Avropada etdikləri alış-verişlər əsasında tətbiq olunan əlavə dəyər vergisinin (ƏDV) qısa zaman ərzində müştəriyə geri qaytarılmasını təmin edir. Həmin xidmət ilə Almaniya, Böyük Britaniya, Fransaya, İtaliyaya və İspaniyaya səfər etmiş Bank müştəriləri həmin ölkələrdə alış-veriş edən zaman ödədikləri ƏDV-ni operativ şəkildə geri almaq imkanı qazanırlar.

2016-cı il Bank müştəri razılığını təmin etmək üçün “ATM sharing” layihəsi əsasında Rabitəbank, Caspian Development Bank və Muğanbankla müqavilə imzalamışdır. Həmin müqavilələrə adətən, Bankın müştərilərinə adı çəkilmiş bankların ATM-lərindən kredit kartları və debet kartları ilə nağd pul götürülməsi üçün (maaş kartları istisna olmaqla) komisyon 1,5%-dən 1%-ə endirilibdir.

Hesabat ili ərzində müştərilərə, onların ehtiyac və istəklərinə diqqəti lap da artırmaq üçün Bankın məhsul və xidmətləri alıcıların hüquqlarının qorunması şöbəsi Bankın satış şəbəkələrində yerləşdirilən “Şikayət və Təklif” qutuları, Call-Center, Onlayn Konsultasiya, web-sayt və sosial şəbəkələrdə olan səhifələri tərəfindən daxil olan 1929 müraciəti araşdırmaqla onları yerində cavablandırmış, rəy və təkliflərə əsasən müvafiq strukturlar alıcılara göstərilmiş xidmət keyfiyyətinin, onlara təqdim edilən məhsulların çeşidi ilə səmərəliliyinin artırılması yönündə təhlillər aparmışdır.

2016-cı ildə depozit məhsulları bazarı daimi araşdırılaraq Sirlər Xəzinəsi əmanət mallarının şərtləri uyğun olaraq bazar konyukturasına uyğunlaşdırılaraq, illik faiz dərəcələri qaldırılmış və əvvəlki dövrlərdə olduğu kimi başqa banklara nəzərən öz yüksək gəlirlilik həddini qoruyub saxlayıbdir (Наточеева, Н.Н., 2016: 201).

Nəticədə, yuxarıda adıçəkilmiş bankların öz korporativ alıcılara göstərdiyi bank xidmətlərinin analitik dəyərləndirilməsi onu deməyə əsas verir ki, banklar alıcı tələbatlarının dəyişdiyini nəzərə almaqla daima marketinq siyasətində işləyərək bankın bazarda qənaətbəxş işləməsini təmin etməyə nail olublar.

Azər Türk Bank 2017-ci ildəki marketing fəaliyyətləri üzrə rəqəmsal hissənin ağırlığı ilə payı xeyli çox oldu. Bank həmin gedişatın gələcək dövrdə də həmişəlik olaraq yüksələn tempə davam etməyi və 2018-ci il planlarında rəqəmsal platformalarda inkişafın daha da genişləndirilməyini nəzərdə tutubdur. Bank rəqəmsal sferada daha çox sosial şəbəkələrdən istifadə etməklə yanaşı həmçinin paralel şəkildə Google reklamlarına da xeyli önəm verir. Hazırda SEO ilə SEM işi Azərbaycanda məhdud olaraq şirkət tərəfindən həyata keçirilir və bazarda ağırlıq daha çox SMM-ə verilir.

SEM - Search Engine Marketing (ing.dilindən tərcümə “axtarış marketingi), bu, portalın təbliğinə istiqamətlənmiş müəyyən marketing fəaliyyətidir. Bu, İnternetdə öz nümayəndəliyinin təşviqi üzrə ən effektiv yanaşmadır: həmin layihənin axtarış optimallaşdırması ilə kontekstli reklamı özündə cəmləşdirir. SEM = SEA + SEO demək olar. Bəzi vaxtlarda bir sayt bir axtarış sistemindəki sorğuya yaxşı cavab verir, digər birində isə pis. Bu vaxt, SEO təşviqi ilə bərabər, SEA kampaniyasının tətbiqi də məsləhətdir. SEA - Search Engine Advertising (ing.dilindən tərcümədə “axtarış reklamı”) - bu kontekstli reklam sayılır. Runetdə Yandex.Direct və Google AdWords tərəfindən təmsil edilir. Azər Türk Bank hazırda 2018-ci ildən SEO ilə SEM-ə daha çox diqqət ayırmağı planlaşdırmış və bu sahədə bank tərəfindən yeni işçilər cəlb olunub. Bank rəqəmsal sahə üzrə işlərin hər birini öz daxili vasitələri- əməkdaşları hesabına etmə fəlsəfəsini gələn il daha da geniş olaraq davam etdirəcəkdir. Bank həmin sahədəki fəaliyyət başqa bankların nümunələrindən bir qədər ayırır. Bildiyimiz kimi, başqa bankların bir çoxunda sosial media hesabları hər hansı başqa agentliklər tərəfindən idarə olunur. Azər Türk Bankın isə həmin məsələdə yanaşması fərqlidir. Bank sosial medianın hesablarına filialları kimi baxır. Ziyarətçinin hər biri və banka müraciət edən şəxs bankdakı cari yaxud potensial müştərisi hesab edilir. Buna görə də, bankın burada başlıca məqsədi, müştərilərlə “face-to-face” əlaqədə olan filiallardakı kimi, rəqəmsal kanallarda da alıcını ən yaxşı şəkildə qarşılamaq və tam məmnun halda yola salmaqdır. Bank hazırki fəaliyyət fəlsəfəsi əsasında fikirləşir ki, həmin proses zamanı birbaşa bankın əməkdaşları olmalıdırlar. Müştəri eyni zamanda inanmalıdır

ki, ekranın o biri tərəfində olan insan məhz bankın öz əməkdaşdır(Соколова, Ю. А., Жукову, Е. Ф., 2016).

Hər bir bankın hazırki dövrdə rəqəmsal bazarda ayaqda qalmasını təmin edən, onun mobil tətbiqlər vasitəsilə onlayn bankçılıq xidmətləri sayılmaqdadır. Azər Türk Bank da bu sahədə hər zaman yeniliklər edir və təkmilləşdirmə işləri həyata keçirir. Demək olar ki, gələcək 3 ay müddətində bank yeni və digər bankların Mobilbank tətbiqlərindən əsaslı şəkildə fərqlənəcək öz Mobilbank tətbiqini alıcılarının istifadəsinə verəcəkdir. Bildiyimiz kimi, adətən bankların mobil tətbiqi ilə standart prosesləri yerinə yetirmək olar. Belə tətbiq hal-hazırda bank da öz müştərilərinə üçün təqdim olunur. Təqribən mart ayında təqdim olunacaq Mobilbank tətbiqi ilə isə bank, ümumiyyətlə fərqli və ehtiyacların hamısını qarşılıyacaq bir vasitəni alıcıların istifadəsinə verəcəkdir. Həmin tətbiq funksionallıq baxımdan indiyə qədər olan alternativlərdən çox yeniliklərlə fərqlənəcəkdir. Yeni tətbiqdən istifadə etmiş müştərilərin hətta, artıq banka gəlməyinə də ehtiyacı qalmayacaq. Bununla yanaşı bank 2018-ci il korporativ müştərilərə də banka gətmədən bütün əməliyyatları həyata keçirməyə imkan yaradan, yeni onlayn xidmətlər toplusunu özündə ehtiva edən internet bankçılıq platformasını yaratmağı planlaşdırır.

III FƏSİL. MALİYYƏ QURUMLARI İLƏ BANK SİSTEMİ ARASINDA ƏLAQƏNİN TƏHLİLİ

3.1 Bank fəaliyyətinin inkişaf istiqamətləri

Hər bir müstəqil iqtisadiyyatda real ünsürlərindən biri sayılan bank sisteminin, səlis idarə edilən bank sferasına ehtiyacı vardır. Dəqiq idarə edilən bank sistemi beləki, real iqtisadiyyatın barometri sayılır. Məhz bu cəhətdən inzibati amirlik idarə etmə üsullarından, təsərrüfatçılığın yeni iqtisadi üsullarına keçildiyi bütün dövlətlərdə bank sisteminin idarə edilməsi mexanizminin təkmilləşdirilməsinə ayrıca yer verilməlidir(Викулин А.Ю.,2001).

İstehsal əlaqələrinin dinamikliyinin yüksək səviyyəsi, əmtəə-pul-bazar əlaqələrinin formalaşmasına ayrıca diqqət, müasir pul-kredit siyasəti ilə bank işinin idarə edilməsi üzrə konkret taktika və strategiyanın işlənilib hazırlanmasını vacibli edir.

İnflyasiya prosesi və iqtisadiyyatın “dollarlaşma” səviyyəsinin yüksəlməsi, istehsalın rentabelliyyəsinin çoxalmasına xidmət göstərməyən dövlət dotasiyaları, investisiyaların aşağı effektivliyi və s. belə mənfi meyillər bir daha indi də dövlətin (Azərbaycan) bank sisteminin tam olaraq makro və mikroiqtsadi proseslərin tənzimlənmə funksiyalarının dolğun həyata keçirilmə bilmədiyini göstərsə dəhazırda müvafiq strukturlar tərəfindən həmin sahədə konkret tədbirlər aparılır.

Müasir təhlildən aydın olurki, pul-kredit siyasəti üzrə təşkilatı iqtisadi məsələlərin həlli, kredit qoyuluşlarının səviyyəsi, bank kapitalının təmərküzləşməsi, kreditlər və depozitlər üzrə orta faiz dərəcəsinin dəyişməsi, resursların cəlb olunması qabiliyyəti və əksər parametrlərdən birbaşa asılıdır. Keçən illər ərzində bir yandan bankların iriləşməsi, birləşməsi prosesi getmiş, digər yandan isə bəzi zəif kapitallaşan banklar bağlanılıbdır. Bu yöndə görülən işlər kimi bankların toplu kapitalına olan minimum tələbatın miqdarı Mərkəzi Bank tərəfindən qaldırılmışdır. Odur ki, Azərbaycan Respubilkasının Mərkəzin Bankının İdarə Heyəti 2005-ci il 23 dekabr tarixli qərarı ilə “Banklar barədə Azərbaycan Respublikasının Qanunu”nun tələbinə uyğun fəaliyyətdə olan banklar kapitalın minimum dəyərinin (xarici bankların yerli filialları üzrə məcmu kapitalla

bərabər tutulan vəsaitin minimum miqdarına) qarşı tələbatı 01 iyul 2007-ci ildən 10 milyona kimi müəyyən olunmuşdur. Özəl bankların konsolidasiya edilməsi, kapitallaşması və başqa tədbirlərin hesabına onların sağlamlaşdırılması yönündə bir sıra tədbirlər görülmüdü. Bank sferası üzrə sağlam rəqabət proseslərini gücləndirmək üçün xarici kapital yerli bank sistemində iştirak rejimini daha da liberallaşdırıbdır.

Adekvat pul-kredit siyasəti məsələsinin araşdırılmasına əsasən gəldiyimiz qənaət bundan təşkil olunmuşdur ki, həmin siyasət ən ümumi formada mötədil inflyasiya və real sahənin investisiyalaşdırılması tədbirləri sayəsində formalaşmalıdır. İndiki şəraitdə prioritet, ilk öncə istehsalı stimullaşdıran faiz siyasəti, ikincisi Mərkəzi Bankın açıq bazar əməliyyatlarındakı iştirakının genişləndirilməsi, üçüncüsü də maliyyə tədavülünün cari tənzimlənməsi məqsədilə, məcburi ehtiyatların vəzifəsinin genişləndirilməsindən ibarət olmalıdır(ГРИНСПЭН А., 2001).

İnflyasiya tempi nəzərə alınaraq kreditlər üzrə orta faiz dərəcələrində bir qədər azalmaya baxmayaraq, onlar indi də sahibkarlar üçün effektiv səviyyədə deyildir. Faiz dərəcəsinin yuxarı olması birinci növbədə kredit bazarı üzrə təklifin tələbdən az, cəlb edilmiş vəsaitlərin maya dəyərinin çox, xarici maliyyə mənbələrinin az olması, eyni zamanda kredit əməliyyatları üzrə bank marjasının yuxarı olması ilə izah edilir.

Son illər Azərbaycanda bir yandan bank sisteminin inkişaf etdirilməsi yönündə sistemli tədbirlərin həyata keçirilməsi, gələcəkdə həmin işlərin lap da sürətləndirilməsi planları, digər yandan dövlətə neft gəlirlərinin daxil olmağı kredit və depozit əməliyyatlarının yüksələcəyi ehtimalını şərtləndirir. Odur ki, neft gəlirlərinin artması maliyyə vasitələrinin çoxalacağından xəbər verir. Bu isə o deməkdir ki, depozitlərin hesabına olan resurs bazasının genişlənməsi, nəticə baxımdan kredit qoyuluşlarının da çoxalması üçün effektiv şərait yaradır. Depozit əməliyyatları, veksellərin təzədən uçotu əməliyyatları olaraq perspektivdə tətbiq edilə biləcək potensial yeni tənzimləmə vasitələrinin normativ bazası yaradılıbdır. Son dövrlərdə respublikada bank fəaliyyətinin həmişə inkişaf etdirilməsi,

iqtisadiyyatda bank xidmətinin lap da yaxşılaşdırılması məqsədilə bank infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi üçün ardıcıl tədbirlər görülür.

Elektron ödəniş sistemlərinin hazırlanmasının ikinci mərhələsi, xırda ödənişlərdəki hesablaşma klirinq sisteminin (XÖHKS) sona çatdırılmışdır. Həmçinin real zaman rejimində banklararasıdakı milli hesablaşmalar sistemində (AZIPS) qoşulmuş maliyyə kredit təşkilatlarının sayı çox artmışdır. Dünya təcrübəsindən aydın olur ki, modernləşdirilmiş menecment ilə strateji planlaşdırma məqsəd və vəzifələrin doğru seçilməsində və onlara əhəmiyyətli şəkildə nail olmaqda müstəsna əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Hər hansı fəaliyyət sferasına sahib təşkilatda idarəetmə qərarlarının qəbul olunması yaranmış durumu doğru dəyərləndirməyi, daxili və xarici amillər üzrə dərin təhlilin və onların mümkün inkişaf etmə proseslərinin hazırlanmasını tələb etməkdədir.

Pul-kredit siyasətinin sabitləşdirilməsi ilə onun bank fəaliyyətinin lap əhəmiyyətli olmasına yönəldilməsi üçün, proqnozlaşdırmanın ilə mikroiqtisadi proseslərin modelləşdirilməsi həmin siyasətin başqa strateji istiqamətlər ilə əlaqələndirilməyinə nail olunmalıdır. Bunun üçünayrı-ayrı iqtisadi orqanlarla Mərkəzi Bankın arasında dəqiq qarşılıqlı fəaliyyət sxemlərinə nəzər yetirilməlidir. Pul, kredit və valyuta siyasətinə aid əsaslandırılmış qərarların hazırlanması üzrə iqtisadi orqanlar ilə effektiv informasiya mübadiləsi sistemlərinin hazırlanmasına və zəruri vəziyyətlərdə görülmək tədbirlərin öncədən razılaşdırılmasına ayrıca diqqət yetirilməlidir.

Bank nəzarət normalarının Bazel Komitəsi standartlarına və beynəlxalq təcrübəyə uyğun edilməsi, həmin standartları ödəyən nəzarət hesabat sisteminin tətbiqi, onun avtomatlaşdırılması və qeyri-bank təşkilatlarına nəzarət metodologiyasının formalaşdırılması qarşıda duran ən əsas vəzifələrdən hesab olunmalıdır. Yaxın perspektivlərdə bank fəaliyyətinin inkişafının strateji proqramlarının işlənilməsi icra edilməsinə nail olunmalıdır. Şübhəsiz ki, qeyd edilən tədbirlərin aparılması üçün müxtəlif fəaliyyət sahələri üzrə beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsi və insan vəsaitlərinin inkişafı strateji proqramda özünü göstərməlidir. Yüksək peşəkarlığa sahib menecerlər komandası olmasa da ən

proqressiv ideya və yeni fikirlər də uğursuzluğa məhkumdur. Buna görə də kadrlarda peşəkar hazırlığına xeyli əhəmiyyət verilməlidir. Bu cəhətdən mütəmadi elmi araşdırmaların həyata keçirilməsi üçün Azərbaycanın Mərkəzi Bankının nəzdində Tədqiqatlar və Sosial İnkişaf Mərkəzi yaradılıbdır(Демичев А., 2001: 55).

İnformasiya inqilabı dünyanı gerçəkdən də dəyişdiribdir. Bank aktivlərinin nələrədən təşkil olunması və kapitalın mütəmadi olaraq artım tempi barədə əvvəlki təsəvvürlər kardinal olaraq dəyişikliklərə məruz qalıbdır. Bank mənfəətinin müasir mənbələri hazırda qeyri- maddiləşmişdir ki, bu isə müasir dəyərin yaradılma prosesində məlumat və biliklərin tətbiqindən təşkil olunmuşdur. Maliyyə xidmətlərinin qloballaşması, fərqli bank olmayan kredit təşkilatlarının tərəfindən rəqabətin güclənməsini şərt qoymuşdur ki, bu da birinci növbədə qeyd edildiyi kimi faiz stavkaları ilə mənfəətə təsir etmişdir. Banklarda ənənəvi fəaliyyət növləri üzrə gəlirlilik azalmışdır. Bankların maliyyə xidmətləri sferası üzrə öz fəaliyyətlərini diversifikasiya etmə üçün məcbur olmuşlar. Son dövrlərdə maliyyə xidmətləri satış şəbəkəsi genişlənməkdədir. Bank filial və şöbələrinin sayı çoxalmış, pos-terminal və bankomat şəbəkəsi səmərəli şəkildə genişlənməmişdir. Bölgələrdə maliyyə bank xidmətlərinə çıxış perspektivlərinin artırılması üçün İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi ilə birlikdə Dünya Bankında “Maliyyə xidmətlərinin inkişafı layihəsi”ətrafında «Azərpoçt» layihəsini icra edibdir. Maliyyə xidmətlərində innovasiyalar davam edərək bu sahədə banklararası rəqabət lap da güclənmişdir. Banklar isə elektron bankçılıq sahəsini lap da təkmilləşdirərək, alıcılara banka gəlmədən təqdim olunan maliyyə xidmətlərinin növünü artırmışlar. Bankların beynəlxalq reytingi qalxmış, bank aktivləri üzrə xüsusi çəkisi 98 faiz olan 38 bankda kənar audit beynəlxalq audit şirkətləri vasitəsilə həyata keçirilmişdir. Əvvəlki illərdə beynəlxalq reyting alan 10 bank öz səviyyələrini mühafizə edib saxlaya bilmiş, bəzi banklarda reyting səviyyəsi lap da qalxmışdır. Banklarda risklərin idarə olunması sisteminin səmərəliliyinə qarşı tələblər artırılıbdır. Eyni zamanda beynəlxalq təşkilatlarla birgə əməliyyat riskinin tənzimlənməsi çərçivəsinin qurulması istiqamətində tədbirlər aparılmışdır. Bank

sahəsində idarəetmə və hesabatlıq sisteminin səmərəliliyinin artırılması üçün yeni korporativ idarəetmə standartları tətbiqinə başlanılıb.

Banklar üzrə risk menecment mədəniyyətinin təkmilləşməsi və risk menecerlərinin peşəkarlığını yüksəldilməsi istiqamətində işlər davam etdirilməlidir. Həmin çərçivədə risk menecerlərinin qabaqcıl olaraq sertifikatı gerçəkləşdirilməli, risk menecmenti isə gücləndirilməlidir (E. Ф. Жуков, və Ю. А. Соколова., 2016: 36).

Azərbaycan iqtisadiyyatında pul-kredit siyasəti vasitələrinin tətbiqi variantlarını təhlil edərək bu cür qənaətə gəlmək olar ki, pul-kredit siyasəti tənzimlənmənin 2 variantının (monetarist və keynsian) sintezi ilə onların kompleks tətbiqinə əsaslanmaq məcburiyyətindədir. Həmin siyasətin mənası ən qısa olaraq ondan ibarətdir ki, investisiya təminatının yüksəldilməsinə yönəldilməlidir. Yaxın gələcəkdə təsərrüfat subyektləri ilə bankların investisiya aktivliyini yüksəltmək üçün, kompleks tədbirlər sistemi gerçəkləşdirilməsi və bankların donor funksiyası da canlandırılmalıdır.

Perspektivdə xarici investisiyalar və neft dollarlarının valyuta bazarına ehtimal edilən irimiqyaslı axını ilə bağlı pul kütləsinin qeyri-adekvat hissəsindəki sterilizasiyası tədbirlərinin aparılması diqqət mərkəzində olmalıdır. Pul kütləsinin gələcək illər üçün nəzərdə tutulmuş artım templəri ümumilikdə pul-kredit siyasətinin iqtisadiyyatda ötürücü (transmissiya) təsirini gücləndirərək, məcmu tələbatın genişlənməsinə ayrıca monetar impuls verməlidir. Bu da, təbii şəkildə məcmu təklifin ekspansiyasına adekvat reaksiya yaratmaqla makroiqtisadi şəraiti lap da yaxşılaşdırmalıdır. İqtisadi artışı monetar kanallar vasitəsilə qidalanan amillərinin fəallaşması, qiymətlərin sabitliyi mühitində, bunun da güclü makroiqtisadi multiplikator effekt yaratması deməkdir. Monetar, həmçinin fiskal ekspansiya hesabına əmələ gələcək makroiqtisadi səmərədən maksimum istifadə edilməsi və bu səmərənin daxili istehsal, qeyri-neft sektoru və regionların inkişafına yönəldilməsi xüsusilə aktualıq kəsb etməlidir. Həmçinin, yoxsulluğun azaldılması, iqtisadi inkişaf proqramında nəzərdə tutulan tədbirlərin zamanında həyata keçirilməsi, qeyd edilən səmərənin real sahənin inkişafına multiplikativ

təsirini artıracaqdır. Əlbəttə ki, əsas ötürücü həlqə olaraq maliyyə sahəsində aparılan islahatların sürətləndirilməsi iqtisadi inkişafda, bilavasitə də, orta və kiçik sahibkarlıq üzrə maliyyə yardımının genişləndirilməsinə təkan yaratmalıdır. Maliyyə xidmətlərinin gerçəkləşməsində elektron informasiyanın inkişafı ən fəal məsələlərdən biri sayılır.

Odur ki, XX əsrin axırlarında elektron informasiya iqtisadi nəşrlərin hamısının, nüfuzlu beynəlxalq konfranslar ilə forumların önəmli mövzularından biri olmuşdur. Bank fəaliyyətinin kredit riskləri ilə portfel investisiyalarının idarə edilməsində internet texnologiyasından istifadə edərək, elektron informasiya bilavasitə önəmli əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Kommersiya bankları və başqa maliyyə institutlarında maliyyə vəsaitlərinin, qiymətli kağızların saxlanması əhalinin həmin maliyyə vasitəçilərinə etibarından xəbər verir. Belə olan vəziyyətdə həmin maliyyə vasitəçilərinin stabil fəaliyyəti, onun tənzimlənməsi hökumətin önəmli vəzifələrindən biri olaraq Mərkəzi Bankın həmişə nəzarətində saxlanılmalıdır.

3.2. Bank sistemi ilə maliyyə qurumları arasında əlaqənin inkişaf etdirilməsi

Beynəlxalq maliyyə təşkilatları ilə kredit təşkilatları beynəlxalq razılaşma yoluyla dünya iqtisadiyyatında stabilliyinin təmin edilməsi üçün maliyyə əlaqələrinin düzgün idarə edilməsi üçün yaradılıb. Beynəlxalq səviyyədə olan maliyyə-kredit institutlarına bunları daxil etmək olar: Beynəlxalq Valyuta Fondunu, Dünya Bankını, Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankını, Beynəlxalq Hesablaşmalar Bankını və regional inkişaf banklarını və başqalarını. Ölkəmizin konkret aşağıda göstərilən beynəlxalq maliyyə təşkilatları ilə münasibətləri haqqında danışaq (H.H. Наточеева., 2016: 101):

Dünya Bankı - Birləşmiş Millətlər Təşkilatında ixtisaslaşmış təsisat sayılır və fəaliyyəti kasıblığın azaldılması, həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə istiqamətləndirilib, eyni zamanda İEO və keçid prosesini yaşayan dövlətlərin iqtisadiyyatlarının stabil inkişafına kömək etmək məqsədi güdür. Dünya Bankı həmin dövlətlərə başqa mənbələrdən yardım almağın çətin olduğu sektorlarda

maliyyə yardımını göstərir. Bilavasitə də, kənd təsərrüfatında inkişafı, ətraf mühitin qorunması, təhsil ilə elektrik enerjisi istehsalının çoxaldılması, səhiyyənin inkişafı, rabitə xətlərinin çoxaldılması və başqa sektorlarda maliyyə köməkliyi edir.

Cədvəl 6. Dünya Bankının borclarının əsas növləri

Borc növü	Borc verilmasının maqsadları
1	2
İnvestisiya Borcu	İqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarının və ya istehsalın müxtəlif sahələrinin müasirləşdirilməsi və texniki yenidən qurulması və ya onların infrastrukturlarının yeniləşdirilməsi üçün investisiya layihələrinin maliyyələşdirilməsi
O cümlədən:	
Xüsusi İnvestisiya Borcları	Yeni istehsal güçlərinin yaradılması və iqtisadi, sosial və institusional infrastrukturların formalaşdırılması
İqtisadiyyatın sektorlarının inkişafı üçün borclar	
Maliyyə vasitəçilərinə borclar	
Texniki yardım borcları	
Adaptasiya proqramları borcları	Uzun müddətli inkişaf proqramlarının mərhələli yerinə yetirilməsinin maliyyələşdirilməsi üçün
Təcrübə-innovativ borclar	İri olmayan təcrübə proqramlarının maliyyələşdirilməsi; lakin bu təcrübələr ölkə üçün vacibdir (borcların məbləği beş milyon ABŞ dollarını keçmir)
Korrekt edilən bilən qarşılıqlı borc proqramları	Uzunmüddətli inkişaf proqramlarının, xüsusilə sosial sahədəki proqramların həyata keçirilməsinin dəstəklənməsinə yönəldilən iri olmayan borcların məcmusu
Struktur yenidənqurulmasında məqsədli borclar	İrimiqyaslı islahatların maliyyələşdirilməsi, makroiqtisadi xarakterli çətinliklərin aradan qaldırılması, islahatların sosial nəticələrinin yumşaldılması. Bir qayda olaraq, Dünya Bankının tranşlarla verilən borclarından irimiqyaslıdır.
O cümlədən Struktur yenidən qurması borcları	İqtisadi siyasətin və institusional islahatların həyata keçirilməsinin dəstəklənməsi.
Sektorun struktur yenidən qurması borcları	İqtisadiyyatın ən əhəmiyyətli sektorlarıdakı islahatların maliyyələşdirilməsi.
Reabilitasiya borcları	İqtisadiyyatın özəl sektorunun inkişafına yönəlmiş dövlət siyasətinin maliyyələşdirilməsi.
Borcun azaldılması və borcun ödənilməsi üzrə borclar	6n yüksək xarici borcu olan dövlətlərə yardım
Avans borclar	İri borclar üzrə hazırlıq mərhələsində borçlulara maliyyə və texniki yardım göstərilməsi. Maliyyələşdirilmənin obyektlərinin seçilməsi, işlərin həcmi müəyyənləşdirilməsi. sənədləşdirilmənin hazırlanması və mütəxəssislərin hazırlanması üçün istifadə olunur.

Mənbə: (H.H. Наточеева., 2016)

Dünya Beynəlxalq Valyuta Fondu olaraq Bretton-Vudsdakı 1944-cü ildə keçirilmiş beynəlxalq valyuta-maliyyə konfransı qərarı əsasında yaradılmışdır. Həmin təsisatların önəmli məqsədi dünya iqtisadiyyatında təkmilləşməyə yardım etməkdir. Belə ki, onların işləri bir- birlərini düzgün şəkildə tamamlamaqdadır. İEÖ maliyyələşdirilməsi ilə məşğul olur, eyni zamanda digər banklardan fərqli şəkildə, səmərəli vəsaitlərin cəlbi barədə dövlətlərə məsləhət verir, yenidən strukturlaşdırılması və inkişafı haqqında texniki və məsləhət yardımı edir və həmçinin kreditləşdirilən özəl investisiyanın cəlbinə kömək edir. Dünya Bankının regionlar əsasında artım dinamikasını diaqramda nəzərdən keçirək.

Maliyyə xidmətləri istehlakçılarının hüquqlarının və əhalinin maliyyə savadlılığının çoxaldılması, əməliyyat riskləri üzrə nəzarətin formalaşdırılması, Ödənişli Məsləhət Xidmətinin realizasiyası yönündə əməkdaşlığı uğurla irəlilətməmişdir. Bununla bərabər, “Maliyyə Sektorunun Modernizasiyası” layihəsi Azərpoçt komponentinin idarə olunması üzrə Layihə İdarəetmə Qrupu formalaşmış və Azərpoçt MMC-nin auditi, onun işçilərinin təlimi və yeni imicinin yaradılması istiqamətində tədbirlər reallaşdırmışdır. Bunu cədvəl 6-da nəzərdən keçirək.

İslam Bankı (İİB) - Azərbaycan 1992-də qoşulmuşdur. Bankın fəaliyyətləri enerji istehsalının artırılması, drenaj sistemlərinin bərpası və əsas yolun inşası vasitəsilə təsərrüfatın inkişafına yönəldilmişdir. Bank infrastrukturun və sənaye sahələrinin yaradılması ilə bağlı texniki fəaliyyətlərini maliyyələşdirmişdir. Bankın reallaşdırdığı investisiyalar ilə birlikdə Mingəçevir Layihəsinin maliyyələşdirilməyi (12,5 milyon dollar məbləğində kredit ayırmışdır) aid edilir. Bu layihəyə Mingəçevir Stansiyasının avadanlıqlarla təchizatı, eyni zamanda 110 kv-lıq xəttin və yeni stansiyanın yaradılması daxildir.

BMT-nin İnkişaf Proqramı (UNDP) - Azərbaycanda 1993-cü ildən təmsil edilir. Bu günə kimi ümumi dəyəri 31 milyon dollardan çox olan 80-dən çox proqram və layihə reallaşdırmışdır. İlk dövrdə qurumun fəaliyyətləri münaqişədən sonrakı dövrdə kömək, xilasetmə və yenidənqurma sektorlarına istiqamətlənmişdir. Dünya Bankı ilə birlikdə müharibənin təsirlərinə görmüş ərazilərdə reallaşan tədbirlərin əlaqələndirilməsi, qaçqın və köçkün kateqoriyasına aid olan insanın

müvəffəqəti ərazi daxili yerləşməsinə dəstək verilməsi və eyni zamanda əhalinin zəif olan kateqoriyaları üçün gəlir əldə edilən fəaliyyətlərin təşkili üçün Azərbaycan Respublikası Yenidənqurma və Bərpa Agentliyini yaradılmışdır. Eyni zamanda ANAMA təsis edilməsinə şərait yaratmışdır. Belə ki, Minalara qarşı fəaliyyət proqramının hazırlanmasını öz üzərinə götürmüşdür. Azərbaycandakı fəaliyyətlərinin məqsədləri yoxsulluğun aradan götürülməsinə yardım etmək, fərdi hüquqlarına ehtiram olunmasını dəstəkləmək, mühafizə etmək, həmçinin ölkə miqyasında islahatların keçirilməsi yolu ilə demokratik idarəçiliyin prinsiplərinə uyğun reallaşdırılmasını təmin etməkdir(Набиев С., 1999).

Cədvəl 7. Dünya Bankı vasitəsilə Azərbaycanda həyata keçirilən layihələr

1.	Milli su təchizatı və kanalizasiya xidmətləri layihəsi	Benefisiarlar: “Azarsu” ASC, Dövlət Şaharsalma və Arxitektura Komitəsi Müddəti: 2008-2014-ci illər.
2.	Magistral yol - II , III layihəsi	Benefisiar: Naqliyyat Nazirliyi Müddəti: 2006-2014-cü illər; 2011-2015-ci illər.
3.	Korporativ və büdcə sektoru üçün hesabatlılıq layihəsi	Benefisiar: Maliyyə Nazirliyi Müddəti: 2008-2013-cü illər.
4.	Bark məişət tullantılarının vahid idarəçiliyi layihəsi	Benefisiar: İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi Müddəti: 2009-2016-cı illər.

Mənbə: (H.H. Наточеева., 2016)

Asiya İnkişaf Bankı (AİB) - Azərbaycan 1999-cu ilin dekabrında qoşulmuşdur. 2002-ci ildə Bakıda ofisi təsis edilmişdir. Yoxsul insanlar sayısının, hətə məcburi köçkün insanlara köməklik göstərmək zərurətinin mövcudluğu şəraitdə bankın Azərbaycandakı fəaliyyətləri əsasən sosial sahənin inkişaf etdirilməsinə istiqamətlənmişdir. Bu vəzifə bankın “aralıq əməliyyat strategiyasının” özəyində durur və əsas məqsədləri insanların təkmilləşməsinə dəstək vermək, yaxşılaşdırılmasını və institusional bazanın daha da möhkəmləndirilməsini, həmçinin dayanıqlı təkmilləşməni dəstəkləmək yolu ilə ölkədə yoxsulluq dərəcəsini aradan qaldırmaq və yaşayışı yüksəltməkdir. Bankın Azərbaycana yardım strategiyası: kəskin ehtiyac içində yaşayanlar ictimai ehtiyacların və xidmətlərin təmin olunmasının inkişafında dövlətə yardım etmək; rəqabətə əsaslanan investisiyaların reallaşdırılması və yeni işlərin yaradılması

üçün əsas mühitin yaradılmasına köməklik etmək. Strategiyaya əsaslanan əməliyyatları idarəçiliyin daha da yaxşılaşdırılmasına və institutların möhkəmləndirilməsinə təsir göstərəcəkdir.

Qara Dəniz İnkişaf Bankı - Azərbaycan 1997-ci ildə qoşulmuşdur. Beynəlxalq Bankı ilə əlaqəli ticarət xarakterli maliyyələşdirmədən, həmçinin yeni yaradılmış Mikro Maliyyə Bankı ilə bərabər səhm kapital qoyuluşunun reallaşdırılmasından ibarətdir. Azərbaycandakı fəaliyyətlərinin önəmli məqsədləri üzv ölkələr arasında düzgün olan əməkdaşlığı artırmaq; qeyri-neft sahələrini inkişaf etdirmək; böyük təsirləri olacaq layihələri, məsələn sənaye, qida istehsalı enerji, aqrobiznes sektorlarında layihələri təkmilləşdirməkdir.

Avropa Birliyi - AB-nin genişlənməsindən sonra 2004-cü ildə Azərbaycana iştirak etmək təklif edilmişdir. Azərbaycan ilə hazırladığı Fəaliyyət Planının təyin edəcəyi vəzifələrin investisiya mühiti ilə bağlı apardığı strateji cəhətdən uzlaşacağı gözlənilir. Bu siyasət ölkənin beynəlxalq birliklə geniş əlaqələr qurması üçün böyük imkanlar təklif edir. Azərbaycanda reallaşan TACIS proqramı çərçivəsində məqsəd bazar iqtisadiyyatına və eyni zamanda insan hüquqlarına əsaslanan demokratiya keçidlə əlaqəli yardım göstərməkdən ibarətdir. Əsas diqqət hüquqi institusional və inzibati islahatların reallaşmasına və özəl sahənin təkmilləşməsinə yönəldilir.

Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası - Azərbaycandakı strategiyası önəmli diqqəti xarici rəqabətin gücləndirilməsinə və qeyri-bank sektorunda bərabər müəssisələrin formalaşmasına və özəl banklara yardımın təmin olunması vasitəsilə maliyyə sahəsinin dəstəklənməsinə; mikro müəssisələrin, orta sahibkarlığın möhkəmləndirilməsinə; qeyri-neft sektorlarına birbaşa xarici investisiyaların yönəldilməsinə, sənaye və kənd təsərrüfatında sahələrində investisiyaların dəstəklənməsinə; həmçinin neft, qaz və bağlı sahələrdə investisiyaların dəstəklənməsinə istiqamətlənmişdir. Bu qurum 9 layihəni maliyyələşdirmişdir.

Yaponiyanın maliyyə qurumları - Yaponiyanın Azərbaycanın təkmilləşməsinə rəsmi ikitərəfli yardımlarının 404,3 milyon dollarına bərabər olmuşdur. Yaponiyanın iri layihəsi Severnaya Qaz Enerji layihəsidir. Eyni

zamanda çeşidli məqsədlər üçün, torpaq və irriqasiyanın təkmilləşdirilməsi, qida istehsalı, tibbi ocaqlar, iqtisadi struktur dəyişiklikləri və məqsədlər üçün qrant formada vəsaitlər ayrılmışdır. İnsan Təhlükəsizliyi qrant mexanizmi ilə 66 layihə üçün 3,9 milyon dollar məbləğində vəsaitlər ayırmışdır. Həmçinin UNCHR və ICRC ilə humanitar yardımlar, Dünya Proqramı isə qida təmin olunmuşdur. 1993-2004-cü illərdə texniki yardımlara Yaponiyada 164 nəfərin təlimi və altı mütəxəssisin Respublikamıza göndərilməsi daxildir. 2002-ci ildə aparılmış köməkliyə aid məsləhətləşmələr çərçivəsində aşağıdakı sektorlar prioritet kimi müəyyən olunmuşdur: (1) iqtisadi infrastrukturun təkmilləşməsi, (2) sosial sahə və (3) insan resurslarının təkmilləşməsi.

Almaniyanın maliyyə qrupları - (KfW) Kreditanstalt für Wiederaufbau ilə reallaşdırdığı maliyyə əməkdaşlığı çərçivəsində respublikaya təqribən 72 milyon avro investisiya qoymuşdur və iki il ərzində məbləğ 100 milyona artırmaq fikrindədir. Texniki kömək sahəsində isə Almaniyanın təşkilatı bu günə kimi 8 milyon avro dəyərində məsləhətçi xidmətləri göstərmişdir və iki il ərzində məbləğ 14 milyona çatdırmaq fikrindədir. Almaniya İnkişaf Bankı (KfW) Azərbaycanda reallaşan layihələr:

1. Azərbaycan İES- elektrik xəttinin tikintisi layihəsi
2. Açıq Kommunal İnfrastruktur ilə bağlı proqramı – II (Şəki və Gəncə şəhərlərinin kanalizasiya sistemlərinin yenidənqurulması layihəsi)
3. Daşınmaz Əmlakın Qeydiyyatı layihəsi
4. Açıq Kommunal İnfrastruktur proqramı –2,3-cü layihələri

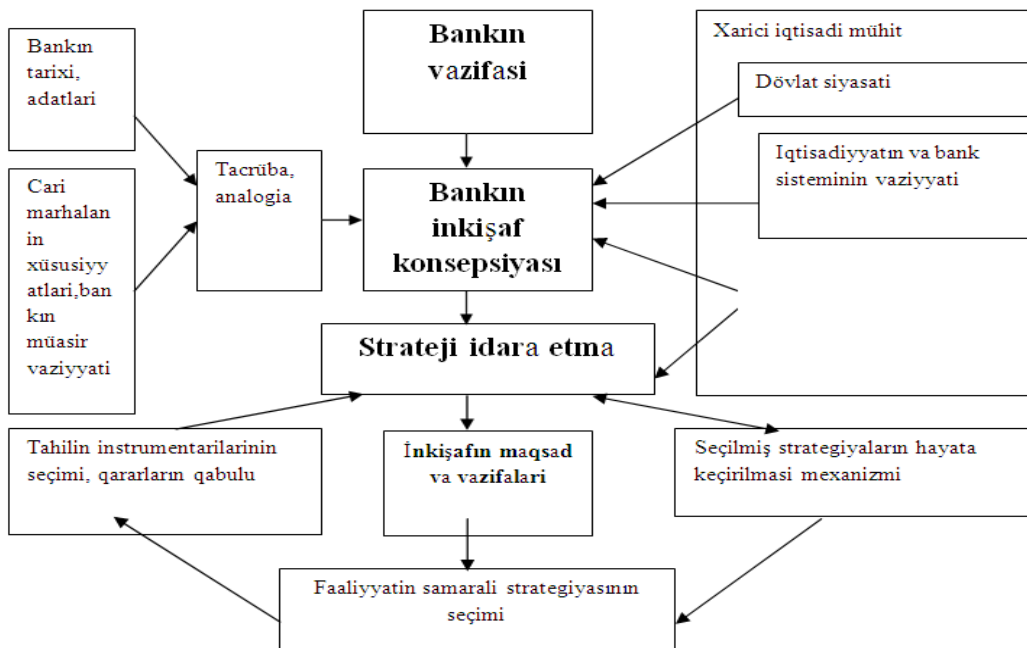
Bir çox ölkələrdə, fiskal dəstək imkanları məhdudlaşdığından, tarazlığın pozulması əsasən xroniki hala çevrildi. Belə ki, Azərbaycan da qlobal səviyyədə baş verən proseslərdən kənarda qalmadı, dünya böhranının daxili və xarici sarsıntıların mənfi nəticələrinin aradan götürülməsinə təminat verən makroiqtisadi antiböhran tədbirlərini reallaşdırmağa başladı.

3.3 Bank sektorunun inkişaf istiqamətləri

Bank məhsullarını təhlil edərkən, marketing xidmətinin təkmilləşmə strategiyasının reallaşmasını əsas məqsəd olaraq qəbul etməlidirlər. Bu yöndə birinci vəzifə, ilk olaraq bank tərəfindən təklif edilən xidmətlər strukturunun optimallaşdırılmasıdır. Digər ikinci vəzifə, təkmilləşmə strategiyası çərçivəsində yeni olan məhsulların hazırlanmasıdır.

Bank vəzifə və məqsədlərin reallaşması vasitəsi kimi bank fəaliyyətinin əsas strategiyası seçilir. Bank strategiyası dediyimiz zaman müxtəlif növlü kredit əməliyyatları anlaşılır. Bankın vəzifələrinin, inkişaf konsepsiyalarının, strategiyalarının formalaşması, eyni zamanda bu prosesi təyin edən faktorlar Şəkil 4-də aydın formada verilmişdir. (О.И. Лаврушина., 2006).

Şəkil 4. Bankın inkişaf konsepsiyalarının, vəzifələrinin, və strategiyalarının yaranması, həmçinin bu prosesi təyin edən faktorlar



Mənbə: (Mammadov Z., 2006).

Yeni məhsulun formalaşması prosesi bütöv mərhələni əhatələyir. Bütün bu mərhələni nəzərdən keçirək .

1. İdeyalar axtarışı. Aşağıda sadalanan mərhələlər daxildir:

- nəzərdə tutulan məhsulun işlənməsi və hazırlanması;
- ideyaların yığılması və axtarışı;

- marketing strategiyasının formula edilməsi.

Belə ki, ideyaların yığılması və axtarışı müxtəlif yollarla reallaşdırıla bilər. İdeya kənardan və hazırlıq nəticəsində əldə edilə bilər. İdeyaların həyata keçirilməsinin sınaqdan çıxmış xeyli üsulları mövcuddur. Lakin bunların yüksək səmərəli metodlarından olan birinin üzərində dayanaq. “Beyin hücumu” adlı metodundan gedir. Böyük həcmdə ideyaları qısa zamanda həyata keçirməyə imkan verir. “Hücumun” əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, çox ideya təklif edilibsə bunların içərisində məhsuldarlarının seçilməsi ehtimalı daha yüksəkdir. Müvafiq təkliflərin seçilməsində banklar bütöv sistem işləyib hazırlamaladırlar. İdeyanın müştərinin ehtiyaclarına uyğun gəlməsi yoxlanılmalı, eyni zamanda zəruri mənfəət normasının təmin edilməsi, tətbiq ediləcək ideyanın bankın strategiyasına yardım edib-etməməsi məsələləri nəzərdən diqqətlə keçirilməlidir. (Жукова Е.Ф., 2005):

- istiqamət üzrə təhlil edilməlidir;
- yararlı ideyaların seçilməsi;
- bank imkanlarının təhlili;
- bazar imkanlarının təhlili;
- bankın məqsədləri mövcud perspektiv nisbət.

2. Müxtəlif məhsulların bank xidmətləri bazarına çıxarılması bazarı əhatə etmək, satış həcmi və mənfəət planı üzrə yeni imkanlar yaradır. Tətbiq olunacaq xidmət üzrə, bankın imkanlarını da qiymətləndirmək vacibdir. Çünki gözəl bir ideya, hər hansı resurs çatışmamazlığı səbəbindən həyata keçməyə bilər. Bununla belə yeni məhsulun hazırlanması mərhələsində bank qarşısında açılan perspektivlər bankın vəzifə və məqsədlərinə zidd olmamalıdır.

3. Bank məhsulunun hazırlanması məsuliyyətli olan mərhələdir. Bu mərhələdə məhsul öz ifadəsini tapmalıdır. Məhsulun hazırlanmasına qarşı təklif edilən tələb ondan ibarətdir ki, ideyada nəzərə alınan xidmət ilkin xarakteristikasına müvafiq şəkildə olsun.

4. Bazar münasibətlərində məhsulun əsas sınağı. Yeni xidmətin təqdim edilmə texnikasını işləyib hazırladıqdan sonra real formada onun sınağına keçir və göstərilən məhdud çərçivədə öz müştərilərinə təklif edir. Məhsulun sınaq mərhələsi

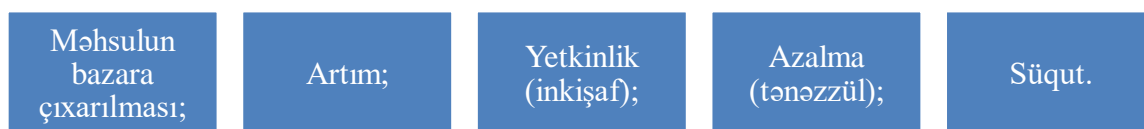
praktikada onun keyfiyyətinin yoxlanılması və ehtiyacın olması nöqtəyindən nəzərdən vacibdir.

5. Məhsulun bazara çıxarılması. Yeni bank məhsulunun əvvəlki bütün göstərilən mərhələlərdən müvəffəqiyyətlə keçdiyi halda, xidmətin kommersiya əsaslarla bazara təqdim edilməsi barədə qərar qəbul olunur. Bank müştərilərinə yeni xidməti prezentasiyasından dərhal sonra reallaşdırmağa hazır olmalıdır. Bunun üçün öncədən böyük hazırlıq işi görülməlidir.

Yeni məhsullarla doldurulmasının və idarə heyətinin həddən çox “yüklənməsinin” qarşısını almaqdan ötrü, məhsulların tətbiqini tədricən reallaşdırmaq məqsədəuyğundur. Xüsusilə sistemli məhsullara nəzər yetirilməlidir. Bunlar çoxməsrəfli məhsul hesab edilir və yaradılması uzun zaman tələb edir.

Hər bir əmtəə kimi əsas bank məhsulu öz təkmilləşməsində ardıcıl olaraq bir neçə əsas mərhələdən keçir və aşağıda Şəkil 5-də düzgün qeyd edilmişdir. (Панова Г.С.2006):

Şəkil 5. Bank xidmətlərinin inkişaf mərhələləri



Mənbə: Панова Г.С., М. 2006.

Məhsulun bazara təqdim edilməsi mərhələsi bank xidmətinin bazara ilk dəfə təklif edilməsindən başlanılır. Bu mərhələnin əsas cəhəti ondan ibarətdir ki, məhsulun satışı olduqca yavaş reallaşır və nəticədə cüzi mənfəət qazanılır. Bir qayda kimi birinci mərhələ məhsulun sürətlə təbliğ edilməsinə və marketinqinə xərclənən böyük məsrəflərlə bağlıdır. Bu mərhələnin digər xarakterik cəhəti, məhsulun qiymətinin daha yüksək olmasındadır. Məsələn, bir çox hallarda yeni məhsulun müştərilər ilə tez bir zamanda mənimsənilməsi, eyni zamanda satış bazarının genişlənməsi məqsədilə, mənfəətin bir hissəsini işə sərf edə bilər. Bankın əsas üstünlüyü, rəqabətin olmamasındadır. Bazara çıxarılması mərhələsinin

müddəti hüdudlarda variasiya edir və əsas məhsulun keyfiyyətinin istehlakçıların ehtiyaclarına uyğunlaşması, düzgün seçilmiş marketinq strategiyasına əsasən təyin edilir.

Artım mərhələsində məhsulun satışı reallaşır və mənfəət özünün yüksək həddinə çatır. Bazara çıxarılan xidmət xərclər üzrə ixtisar olunur və nəticədə məhsulun qiyməti aşağı enir. Məsrəflərin yüksəkliyinə baxmayaraq, xərclərdə çəkisi müntəzəm formada azalır. Artım mərhələsində rəqabət güclənir və bankın qüvvəsi, məhsulun bazarda tətbiqinə yönəlir. Rəqabətin dərəcəsi bazara çıxarılmış məhsulun müvəffəqiyyət dərəcəsiindən asılı olmağa başlayır. Burada xarakterik cəhət yeni məhsulu tətbiq edən banklar üstün rəqabət imkanları əldə edirlər. Bununla banklar müntəzəm şəkildə məhsulun inkişafı qayğısına qalmalıdırlar.

“Gecikmiş” müəssisələr təbii məhsulu irəli aparacaq və liderləri sıxışdırmaq məqsədini vəzifə olaraq öz qarşılıqlarına qoyacaqlar. Belə ki, artım mərhələsində bank satış sektorunu genişləndirir və bazarın yeni olan segmentlərinə nüfuz edir. Bu mərhələdə bank mənfəətini əhəmiyyətli səviyyədə çoxaldır və yeni sayda müştərilər özünə tərəf çəkir. Məhz bu yöndən artım mərhələsi banka sərf edir və onun uzadılması önəmli vəzifələrdən sayılır(Пессель М.А., Антонов Н.Г., 2005).

İnkişaf mərhələsi onun satışının azalması və ixtisar olunması ilə xarakterizə olunur. Birincisi, məhsulun yetkinlik mərhələsində olan istehlakçıların tələbatları xeyli modifikasiya edilə bilər. İkincisi, məhsul növü digər analoji, eyni zamanda təkmil məhsulla əvəz edilə bilər. Üçüncüsü, bank rəqabətə davam gətirə bilmir və belə xidmət növü adi xidmətlərdən birinə çevrilir. Bank üçün daha səmərəli kapital qoyuluşu yarandığından, göstərilən xidmət rentabəlsiz hesab edilə bilər.

Yetkinlik mərhələsində əldə edilən mənfəətin miqdarı getdikcə azalmağa başlayır. Bununla məhsul geniş dairəni əhatələyir və bankın müştəri bazasını artırır. Yüksək sabitlik, möhkəm mənfəət ilə fərqlənir. Bazarda məhsulun təkmilləşdirilməsinə, çəkisinin saxlanmasına, marketinqin kompleks tədqiqatlarına istiqamətlənmiş olur. Azalma mərhələsi dedikdə, məhsul satışı həcmlərinin aşağı enməsi və mənfəətin sifira yaxınlaşması xarakterizə edilir. Müxtəlif bank

məhsullarına nəzərən, enmənin davamiyyəti müxtəlif ola bilər. Bu mərhələ bir çox səbəblərdən baş verə bilər (Трехтенберг И.А., 1994):

- istehsalın bir sonrakı mərhələlərində əmtələrin keyfiyyətinin aşağı olması;
- bazarda rəqabətin qeyri qanuni formada mövcud olması;
- rəqiblərin bazarlara məhsullar təklif etməsi;
- xidmətlərin səviyyəsinin aşağı olma göstəricisi;
- inhisarçı reklam və s.

Cədvəl 8. Bank faaliyyətinin maliyyə nəticələri (ilin əvvəlindən, vergilər ödənildikdən sonra) mln.manat

İl, ay	Mənfəətlə işləyən bankların sayı	Bank sisteminin cəmi mənfəəti (mənfəətlə işləyən banklar üzrə)	Zərərlə işləyən bankların sayı	Bank sisteminin cəmi zərəri	Banklar tərəfindən əldə edilmiş yekun mənfəət (zərər)
2003	33	20,5	11	1,93	18,60
2004	28	38,9	14	7,87	31,03
2009	39	269,57	7	16,59	252,98
2012	32	165,84	13	45,57	120,27
2013	30	163,52	14	-322,51	-158,99
2014	33	195,51	10	-65,50	130,01
2015	39	272,32	4	-4,75	267,57
2016(11ay)	39	439,44	5	-28,55	410,89

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı

Cədvəl 8-də 2014-cü ilin qeyd edildiyi kimi 11 ayı üzrə respublikanın 39 bankı mənfəətlə çalışır. Bunlara misal kimi Unibank 40 869 582 manat, Beynəlxalq Bank 42124 manat, Kapital Bank 39 495 770 manat, Access Bank 33 101780 manat, Bank of Baku 39898manat və başqa banklar mənfəətlə il ərzində başa vurublar. Bankların mənfəəti illərlə müqayisədə xeyli çoxalaraq 439,44 mln. manat olmuşdur. Ən çox zərər çəkən bankların sıralamasında isə 22,614 manat

zərərlə ilk olaraq “Xalq Bank” qərarlaşıb. 2-ci və 3-cü sıraları “Dekabank” 5,379 mln. manat zərərlə və “NBC Bank” 0,929 mln. manat zərərlə yerləşib. Ümumilikdə 28,55 mln.manat banklara ziyan dəymişdir. Mövcud xidmət növünün mərhələlərində işin səmərəli təşkil edilməsinə qüvvə sərf etsələr belə, yeni məhsulların hazırlanması obyektiv zərurət olaraq meydana çıxacaqdır. Yeni məhsulun hazırlanması, banklar üçün marketinqin əsas elementlərindən hesab olunur. Müxtəlif səmərəlilik dərəcəsi ilə reallaşan hazırlıq çox zaman bank əməkdaşlarının təcrübəsindən, qiymətli əsas təkliflərin yığılması üzrə işin təşkilindən və yeni məhsulların tətbiqi üçün vasitələrin mövcudluğundan asılıdır. Yeni olan bank məhsullarının hazırlanması və onların tətbiqi mərhələsində, yaradılması və təqdim edilməsinə xərclərin hesablanması xüsusilə vacibdir. Bu vəzifənin həyata keçirilməsi qeyri-mümkün hesab oluna bilər, belə ki, bankın xidmətləri vahid baza ilə hesablandıqından, digər xidmətə konkret xərc çəkildiyini təyin etmək mürəkkəb məsələdir. Rəqabət şəraitində məhsulların hazırlanması və onun tətbiqinin səmərəlilik vəzifəsi gündəlikdə olan məsələdir və xərclərin strukturunda hərtərəfli təhlil etmək yolu ilə mümkündür.

Azalma mərhələsində rəqabət aşağı səviyyəyə enir. Bu, diqqətin yeni gələn məhsul növlərinə keçirilməsi ilə əlaqəlidir. Nəticədə, rəqabət təzyiqinin azaldığı şəraitdə banklar məhsulun marketinqinə xərclənən yüksək xərclərdə maraqlı olur hətta qiymətləri də artırır. Azalma mərhələsinə daxil edilən xidmət növünün saxlanması qeyri səmərəli forma hesab edilir. Bir tərəfdən xidmətlərin göstərilməsi zəruri xərclərin çəkilməsi, başqa tərəfdən isə yeni, yüksək rentabelli məhsulların tətbiqindən müxtəlif qüvvələrin yayındırılması ilə bağlıdır. Bunlara baxmayaraq, köhnə məhsulların təklifini fəaliyyətində saxlaya və sərfəli formada istifadə edə bilər. Bir sonrakı mərhələ süqut mərhələsi - firmanın məhsullarında istehlakının maksimum formada azalması və bazardan çıxması mərhələsidir.

Firma məhsullarının uzun ömürlü olması üçün stimullaşdırma faktorundan geniş formada istifadə edirlər. Məhsulun müddətli olması kompaniyalar istehlakçılar tərəfindən qəbul edilən məhsul barədə mütəmadi marketinq tədqiqatları həyata keçirməlidir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tədqiqatın aktuallığından irəli gələrək, yekunda aşağıdakı nəticələrə gələ bilərik. Ayrı-ayrı müəlliflər müxtəlif bank xidmətlərinin marketing modelləri təklif etdiyinə baxmayaraq, ümumilikdə iki əsas ümumi nəzəri təkliflər var.

Birincisi, bütün anlayışlar mal olaraq bank xidmətlərinin xüsusiyyətlərinə əsaslanır. Bəzi dərəcələrdə bu konsepsiyalar bank xidmətlərinin qeyri-müəyyənliyini, mənbədən ayrılmazlığını, qoruma və keyfiyyətin dəyişkənliyini vurğulayır. Bank xidmətinin bir mal olaraq bu xüsusiyyətləri xidmətlərin müvəffəqiyyətli marketingi üçün əlavə strategiyaların inkişafını nəzərdə tutur.

İkincisi, bank xidmətlərinin marketinginin konseptuallaşdırılması üçün yuxarıda göstərilən bütün yanaşmalar tanınır və bankın marketingini idarə etmək üçün əlavə strategiyalara və ya nəzarət olunan amillərə ehtiyacın olduğunu göstərir. Bir formada və ya başqa bir şəkildə, konsepsiyalar, kadrlara, maddi texniki şərtlərə və xidmət prosesinə diqqət yetirmək lazımdır. Bu vəzifələri həll etmək üçün daxili marketing vasitələri, interaktiv marketing vasitələri və xidmətlərin keyfiyyətə nəzarət üsulları nəzərdə tutulur.

Aparılan tədqiqat nəticəsində müəyyən olundu ki, ölkəmizdə bank sektoru FED-in qərarı ilə dolların məzənnəsinin iki dəfə dəyişməsi nəticəsində böhran yaşamış, 11 bank bağlanmış, kredit təşkilatlarının sayı isə 32-yə enmişdir. Lakin artıq 2017-ci ildən bank sektorunda canlanma baş vermiş və bank sektorunda bərpa işlərinə hazırlıq işləri görülməyə başlamışdır.

Yuxarıda adıçəkilən bankların öz korporativ müştərilərinə göstərdiyi bank xidmətlərinin analitik qiymətləndirilməsi onu söyləməyə əsas verir ki, banklar müştəri tələbatlarının dəyişdiyini nəzərə alaraq daima marketing siyasəti üzərində işləyərək bankın bazarda qənaətbəxş fəaliyyət göstərməsini təmin etməyə nail olmuşlar.

Respublika banklarının marketing strategiyalarının tədqiqi onu göstərdi ki, ölkəmizdə bu məsələdə bir sıra uğurlu addımlar atılsada, marketing strategiyasının işlənilib hazırlanması ilə bağlı görülməli işlər hələ qabaqdadır.

Bank tərəfindən müştərilər arasında məmnunluq tədqiqatının aparılması göstərir ki, bank müştəri məmnuniyyətini xidmət keyfiyyətinə görə önəm verir.

Beləliklə, həyata keçirilmiş təhlilin ümumi nəticəsi marketinq proseslərini vahid idarəetmə sistemindən ayırmayan, marketinq modelini bankda fəaliyyətin təşkilinə yanaşmaların və prinsiplərin vahidliyi əsasında vahid idarəetmə sistemində inteqrasiya edən bank fəaliyyətinin müştərəkdir idarəetmə modelidir. Onun üstünlüyü sistemin yüksək uyğunlaşma qabiliyyətidir, çünki şirkətin marketinq strategiyalarının və ümumilikdə idarəetməsinin qurulması zamanı yanaşmaların vahidliyi ona xarici mühitin dəyişikliklərinə daha dinamik və çevik şəkildə reaksiya verməyə imkan verir. Yanaşmanın yeniliyi bank fəaliyyətinin sahibkarlıq kateqoriyasına aid edilməsindən, müasir şərtlərdə bankı təhdid edən risklərin qəbul edilməsindən, və bu riskləri diqqətə alan, onlara müqavimət göstərməyə hədəflənmiş modelin inşa edilməsindən ibarətdir.

Bundan çıxış edərək belə nəticəyə gəlmək olar ki, təklif olunan model müasir böhran şəraitində aktual və effektivdir, bazar risklərinə qarşı müqavimət amilini təşkil edə bilər və eyni zamanda bankın marketinq fəallığının inkişafını stimullaşdıraraq, bank fəaliyyətinin idarəedilməsi çərçivəsində tətbiq oluna bilər.

Müasir bank bazarı pərakəndə satışın qurulmasının bir çox uğurlu nümunələrini təqdim edir. Hər bir bank bazarda öz fəaliyyət yollarını və vasitələrini axtarır, lakin istənilən halda yeni bazar segmentinin inkişafı yüksək diqqət və bank tərəfindən əsas iş üsullarının və vasitələrinin tətbiq edilməsini tələb edir. Kommersiya bankının pərakəndə strategiyasının əsasında bank marketinqi kompleksinin əsas elementləri dayanmalıdır bank xidməti, qiymətin formalaşdırılması qaydası, xidmətlərin satışı sistemmi və marketinq kommunikasiyaları sistemi. Pərakəndə müştərilərə xidmətin və pərakəndə xidmət bazarının fəaliyyətinin yuxarıda göstərilən xüsusiyyətləri bank marketinqi kompleksinin elementlərinə müəyyən xüsusi cizgilər verərək, onların tərkibinə təsir göstərir.

Son olaraq qeyd etmək lazımdır ki, universal kommersiya bankında marketinq strategiyası bir tərəfdən ümumi bank strategiyasının ayrılmaz tərkib hissəsi kimi

çıxış etməlidir. Digər tərəfdən, marketinq strategiyası korporativ müştərilərə xidmət strategiyasından ayrı, müstəqil bir sənəd təşkil etməlidir. İlk baxışda, pərakəndə və korporativ müştərilər üçün əsas xidmətlər oxşar və müqayisə olunandır, lakin eyni zamanda onlar arasında bankın pərakəndə biznesini inkişaf etdirməyə başladığı zaman daha aydın şəkildə görünən müəyyən fərqlər mövcuddur. Belə ki, bank biznesi milli maliyyə bazarına, onun inkişafı qanunauyğunluqlarına və xüsusiyyətlərinə, o cümlədən də müştərilərə xidmətin kütləvilikə və standartlığına istiqamətlənib. Topdan satış bazarı - daha qlobaldır və müştərilərin fərdi tələbatlarına əsasən bank məhsuluna və onun modifikasiyalarına istiqamətlənib. Bundan əlavə, müştərilərin - fiziki şəxslərin və müəssisələrin - tələbatlarındakı fərqlər də onların istehlak etdiyi xidmətlərin miqyasında aydın görünür.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Abbasov Ə., Məmmədov Z., Rzayev R., Həmişəyeva Ş. (2003) Bank işi və elektron bankçılıq. Bakı, 325 s.
2. Azərbaycan Respublikasının Milli Bankı haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu.
3. Bəşirov R., (2016) “Bank işi” (dərslük). Bakı, “MBM”, 392 səh.
4. Əhmədov M.M., (2015) Xidmət sahələrinin marketinqi. Dərs vəsaiti. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı. 372 səh.
5. Əkbərov M. (2011) Elektron kommertiya. Bakı: «İqtisad Universiteti» Nəşriyyatı, 212 səh.
6. Əliyev M.F., (2011) Bankların inkişaf istiqamətləri. Monoqrafiya. Bakı, “Şərq-Qərb” Nəşriyyat evi, 120 səh.
7. Əliyev M.F., (2001) Bank islahatları və vahid reyting sistemi ilə qiymətləndirmə. Ekspert jurnalı, №3-4.
8. Əliyev M.F., (2003) Bank məhsullarının inkişaf strategiyası. İqtisadiyyat və audit jurnalı, №8.
9. Əliyev G.S., (2016) Marketinq. Ali məktəblər üçün dərslük. Bakı, “Ecoprint”, , 400 səh
10. Hacıyev Ə.V., Əhmədov M.M., Hacıyeva L.A., (2012) “Xidmət sahələrinin marketinqi” kursunun proqramı. Bakı, “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı. 254 səh.
11. Hacıyeva L.A., (2013) “Xidmət sahələrinin marketinqi” Dərs vəsaiti - Bakı, 276 səh
12. Hacıyeva L.A., (2013) “Xidmət sahələrinin marketinqi” Dərs vəsaiti - Bakı, 276 səh
13. Hacıyeva L.A., (2012) Sənaye marketinqi. Bakı, “Təhsil işçisi mətbəəsi” MMC, 324 s.
14. İsmayıl M. X., (2015) ”Marketinq tədqiqatları”.Dərs vəsaiti. “İqtisad

Universiteti” nəşriyyatı, Bakı: 364 səh.

15. Məmmədova Ş.S., (2015) Beynəlxalq kommərsiya işi. Dərs vəsaiti. Sumqayıt Dövlət Universitetinin nəşriyyatı, 387 s.

16. Məmmədov A.T., (2014) Marketing. Bakı, 668 s.

17. Məmmədli O.Q., Xurşudov Ş.N., İsmayılov F.İ., İbrahimova R.R., Turabova G.S., (2016) Marketing. Aliməktəblər üçüncü dərəcəlik. Bakı, “Ecoprint”, 410 s.

18. Verdiyev N.D., (2012) Marketingin idarə edilməsi, 338 s.

19. Məmmədov Z.X., (2015) Bank fəaliyyətinin əsasları. (Elmi-nəzəri; və praktiki məlumat kitabı). Bakı, Azər nəşr. 325 s.

20. Məmmədov Z.X., (2014) Bank fəaliyyətinin əsasları. (Elmi-nəzəri, praktiki məlumat kitabı). Bakı, Azər nəşr. 485 s.

Rus dilində

1. Аббасов И., Ханкишиев Б., (1998) Коммерческий банк в условиях перехода к рыночной экономике. Баку 452 с.

2. Аболихина Г.А., (2013) Маркетинг в системе управления коммерческим банком // Управление собственностью: теория и практика, 2013. N 5

3. Агарков М.М., (1999) Основы банковского дела. М

4. Бабичева Ю.А., (2006) Российские банки: Проблемы роста и регулирования / Бабичева Ю.А., Мостовая Е.В. - М.: Экономика, 280 с.

5. Викулин А.Ю., (2002) Антимонпольное регулирование рынка банковских услуг. М. 254 с.

6. Гринспен А., (2002) Коммерческие банки и Центральный банк в рыночной экономике // Вопр. экономики. N 13. 254 с.

7. Демичев А., (2011) Банковский сектор и экономика // Экономист. - N 12. 80 с.

8. Жуков Е. Ф., Соколова. Ю. А., (2017) - М. Банковское дело в 3 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата / Е. Ф. Жуков [и др.]

; под ред.: Издательств-во Юрайт, 315 с

9. Жукова Е.Ф., (2009) Банки и банковские операции. под ред., М. 254 с.
10. Наточева Н.Н.,(2018) Банковский маркетинг : учебник / Ю.А. Ровенский, под ред. - Москва : Проспект, 275 с
11. Набиев С.,(2000) Зарубежные банки в Азербайджане, журнал “Бонсултинэ- Бусинесс”, 320с
12. Лаврушина О.И.. Инфра-М., (2006) Банковские операции: Учеб.пособие. / Под общ.ред., 245 с.
13. Панова Г.С., (2006) Кредитная политика коммерческих банков. М.352 с.
14. Пессель М.А., Антонов Н.Г., (2005) Денежное обращение, кредит и банки. 354 с.
15. Трехтенберг И.А., (1994) Кредитная денежная система капитализма после II мировой войны. М. 325 с.
16. Лаврушина О.И., (2002) Управление деятельностью коммерческого банка (банковский менеджмент) под ред. М. 254 с.
17. Усоскин В.М., (2004) Современный коммерческий банк. М. 745 с.
18. Уткин Э.А.,Сухонов М.С., (2003) Аудит банковской деятельности. М. 244 с.
19. Чечеткина Т., (2002) Малые коммерческие банки: проблемы, перспективы / Т.Чечеткина, В.Петушков // Экономист. - 325 с.
20. Швецов Ю.Г., (2009) Капитал банка: его достаточность и функции / Ю.Г.Швецов, В.Г.Корешков // Деньги и кредит. 254 с.

İngilis dilində

1. Chandler V.Lester, Goldfeld N.Stephen (2007)- “The economics of money and banking”, Harper, International. 254 p.
2. Lovett, W. A., (1997)- "Banking and financial institutions law in a nutshell", St. Paul, Minn-542 p.

3. Richard S.T. (1976) - "Introduction to money and banking", Harper Collins & Row, International -254 p

İnternet resursları

1. <http://banco.az/az/banks/afb-bank>
2. <http://www.atabank.com>
3. <https://www.cbar.az/>
4. <http://mcgf.az/?/az/menu/10/>
5. <https://www.ibar.az/az>
6. <http://internet-banking.su/banki-azerbaydzhana/>

Cədvəllər siyahısı

Cədvəl 1. Bank xidmətlərinin təsnifatı.....	11
Cədvəl 2. 2017-ci ilin III rübündə bankların reytingi.....	35
Cədvəl 3. “Azərbaycan Respublikası İpoteka və Kredit Zəmanət Fondu” ASC-nin vəsaiti hesabına verilən ipoteka kreditləri.....	37
Cədvəl 4. İpoteka krediti verən banklar.....	38
Cədvəl 5. Analitik metodlardan istifadə nümunələri.....	41
Cədvəl 6. Dünya Bankı Qrupunun borclarının əsas növləri.....	52
Cədvəl 7. Dünya Bankı tərəfindən Azərbaycanda həyata keçirilən layihələr.....	54
Cədvəl 8. Bank fəaliyyətinin maliyyə nəticələri (ilin əvvəlindən, vergilər ödənildikdən sonra) mln.manat.....	61

Şəkillər siyahısı

Şəkil 1. Trast xidməti üzrə əməliyyat.....	14
Şəkil 2. İnternet Banking.....	21
Şəkil 3. Aktivlər üzrə.....	35
Şəkil 4. Bankın vəzifələrinin, inkişaf konsepsiyalarının və strategiyalarının formalaşması, həmçinin bu prosesi müəyyənləşdirən faktorlar	57
Şəkil 5. Bank məhsulu (xidməti) inkişaf mərhələləri.....	59