

Giriş

Biznes uğurlu inkişaf etdikdə və çoxlu mənfəət gətirdikdə, bəzi adamlar, o cümlədən təşkilatın işçiləri uğuru təkrarlamaq və ondan mənfəət əldə etmək istəyirlər.

Hər hansı kommersioniya yaradıcılığında belə halların baş verməməsi üçün - kommersioniya sirri yaradılır. Kommersioniya sirri sahibkara öz yerini qorumağı və mal bazarında borcunu, iş və xidmətini, eləcə də gözlənilməz xərclərin qarşısını almağa imkan verir.

Kommersioniyanın tərkibinə istifadə olunan texologiya, məhsulun hazırlanması, keyfiyyətə nəzarət üsulları və s. haqqında informasiya daxil olur. İndi uğurlu informasiyaların yüksək qiymətləndirildiyi zamanda onlar oğurlana bilər və sübut oluna bilər ki, bu ideyalar qeyri - mümkündür. Biznesi kopyalamaq və mənfəət əldə etmək arzusu vicdansız sahibkarların xüsusi dedektiv və hətta rəqabət şirkətlərinin əməkdaşlarını üstələməyə cəhd etməyə gətirib çıxarır. Amma informasiya sızması tək təşkilatın daxilində deyil, bəzi təşkilatların məsələn, vergi xidməti tərəfindən də olur.

Hər bir sahibkar öz müəssisəninə gəlirlərinə görə vergi ödəyir və bu məlumat cinayətə qurumları tərəfindən istifadə oluna bilər.

Ona görə də kommersioniya sirrinin etibarlı olması təkə biznesin uğurundan deyil, həm də sahibkarın və ailə üzvlərinin təhlükəsizliyindən də asılıdır. Buna görə də uğurlu biznes işçiləri öz təhlükəsizliyinə nəzarət etməli və həm də onu təmin edən şəxsə məsuliyyətlə yanaşmalıdırlar.

1. Kommersiya məlumatı nə vaxt kommersiya sirri hesab olunur (beynəlxalq və yerli təcrübədə)

Kommersiya məlumatı dedikdə, müxtəlif əmtəə və xidmətlər bazarında yaranmış şərait haqqında xəbərlər başa düşülür.

Kommersiya məlumatı ticarət firmalarına öz fəaliyyətlərini təhlil etməyə, planlaşdırmağa və onun nəticələri üzərində nəzarətin həyata keçirilməsinə imkan verir.

Kommersiya informasiyasının mənbəyi kimi, konkret əmtəələr üzrə marketing tədqiqatları göstərilə bilər. Lakin tədqiqatların keçirilməsinə, məlumatların toplanmasına və təhlilin aparılmasına pul vəsaiti qoyulmazdan əvvəl, xərclərin və mümkün nəticələrin əhəmiyyətliliyinin müqayisəli qiymətləndirilməsini aparmaq zəruridir. Əgər kommersiya məlumatının istifadə olunmasından gələn mənfəət artımı onun əldə olunmasına çəkilən xərclər artımını, üstələyərsə onda marketing tədqiqatının aparılması məqsədəuyğun hesab olunur. Kommersiya informasiyasının mühüm mənbəyi kimi, ticarət firmasının daxili materiallarını və sənədlərini də hesab etmək olar, xüsusən də mal dövriyyəsinin həcmi, satış xərcləri, əmtəə ehtiyatları, mənfəət, reklam xərcləri və digər məlumatları.

Kommersiya informasiyasının mənbələrərindən biri kimi, xarici statistika məlumatlarını və kütləvi informasiya vasitələrində bazarın vəziyyəti haqqında dərc olunan xəbərləri hesab etmək olar.

Son vaxtlarda “təmiz informasiya istehsalını və satışını” özlərinin əsas fəaliyyət növünə çevirmiş müxtəlif firmalardan informasiya alınması çox geniş yayılmağa başlamışdır.

Kommersiya sirri anlayışı kommersiya nöqtəyi - nəzərindən bilərəkdən gizli saxlanan iqtisadi maraqlardan və firmanın istehsal-təsərrüfat, idarəetmə, elmi-texniki və maliyyə fəaliyyətinin müxtlif tərəfləri və sferaları haqqında məlumatlardan ibarətdir ki, onların da qorunması rəqabət maraqları və firmanın

iqtisadi təhlükəsizliyinə qarşı mümkün təhlükələrin olması ilə əsaslandırılır. Kommersiya sirri kommersiya üçün maraq doğurduğu andan sirr hesab olunur.

Kommersiya məxfilikləri – kommersiya sirlinin bir formasıdır. Firmanın kommersiya sirlinə aid olan sənədlər, sxem, məlumatlardan ibarət olub, oğurluq, mənimsəmə, informasiyanın sızması və digər təhlükələrdən təhlükəsizlik xidməti tərəfindən müdafiə olunmalıdır. Onlar aşağıdakı əlamətlərə görə fərqlənilir;

- kommersiya sirlinin təbiətinə görə;
- mülkiyyət mənsubiyyətinə görə;
- təyinatına görə;

Kommersiya məxfiliyi daşıyan sənədlər xüsusi qriflə - “konfidensial”, “keskin konfidensial, yalnız ünvan üzrə” və s. İşarə oluna bilər.

Kommersiya məxfiliyinin daşıyıcısı - müəssisənin və ya firmanın kommersiya məxfilikləri haqda məlumatı olan şəxsdir.

Kommersiya məxfililərinin daşıyıcılarını qapalı kommersiya məlumatı mənbələrindən fərləndirmək lazımdır. (nau-xau, sxemlər, sənədlər, texnologiyalar, məmulatlar, nümunələr)

Bazar təsərrüfatçılığı şəraitində məxfilik istehsalçısını haqsız rəqabətdən qoruyur. Haqsız rəqabətə ticarət markasından gizli istifadə olunması, rəqibin