

Kommersiya və kommersiya fəaliyyəti haqqında ümumi anlayış

Kommersiya - ticarət sahibkarlığının və ya biznesinin bir növüdür. Kommersiya - latın mənşəli söz olub (commercium), hərfi mənada ticarət deməkdir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, «ticarət» termini ikili mənə daşıyır: bir tərəfdən iqtisadiyyatın müstəqil sahəsi kimi səciyyəli, digər tərəfdən isə əmtəələrin alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsinə yönəldilmiş mübadilə prosesini əks etdirir. Kommersiya fəaliyyəti ticarətin ikinci anlayışı mənfəət əldə etmək məqsədilə alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsinə yönəldilmiş ticarət proseslərini özündə əks etdirir.

Geniş mənada isə kommersiya mənfəət əldə edilməsinə yönəldilmiş fəaliyyət kimi başa düşülür.

Kommersiya fəaliyyəti istehsal olunmuş məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılması zamanı görülən iş və xidmətlər başa düşülür. Kommersiya istehsal prosesləri ilə yanaşı ticarətdə əlavə ticarət xidmətləri də yerinə yetirilir, belə ki, əmtəələrin alqı-satqı aktlarının həyata keçirilməsi alıcılara xidmət üzrə müxtəlif əməliyyatlarla daha da genişlənir.

Kommersiya fəaliyyəti - sahibkarlıq anlayışından daha dar mənada işlənir. Sahibkarlıq - sahibkara gəlir gətirən iqtisadi, istehsal və digər fəaliyyətin təşkilidir. Sahibkarlıq dedikdə, sənaye müəssisəsinin, kənd təsərrüfatı fermasının, ticarət müəssisəsinin, xidmət müəssisəsinin, bankın, vəkil kontorunun, nəşriyyatın, tədqiqat idarəsinin, kooperativin və s. təşkilati başa düşülə bilər. Sahibkarlıq fəaliyyətinin bu növləri arasında yalnız ticarət işi tam kommersiya fəaliyyətinə aid edilir. Beləliklə, kommersiyanı sahibkarlıq fəaliyyətinin formalarından (növlərindən) biri kimi nəzərdən keçirmək lazımdır. Eyni zamanda, sahibkarlıq fəaliyyətinin bir sıra növlərində də əmtəələrin, xammalın, hazır məhsulun, yarımfabrikatların və s. alqı-satqısı üzrə əməliyyatlar həyata keçirilə bilər, yəni kommersiya fəaliyyətinin elementləri sahibkarlığın bütün növlərində mövcuddur, lakin onlar üçün həlledici rol oynamır.

Kommersiya fəaliyyətinin nizamlanması dövlətin qəbul etdiyi hüquqi aktlarla həyata keçirilir. Bu aktlar əsasən kommersiya fəaliyyəti haqqında qanunlarda özünü büruzə verir və hər bir bu fəaliyyətlə məşğul olan şəxslərin buna əməl etməsini tələb edir.

Bazar münasibətlərinin və sahibkarlığın inkişafı, müəssisələrin tam təsərrüfat müstəqilliyinə, özünü maliyyələşdirmə və özünü idarəetmə sistemində keçməsi kommersiya işinin prinsip və metodlarının, əmtəə resurslarının

formalaşması qaydalarının köklü surətdə dəyişilməsinə gətirib çıxarmışdır. Bu prinsiplər əsasən aşağıdakı kimi xarakterizə olunur:

- Tərəf- müqabil, kontragent seçimində müstəqillik;
- Alış mənbələrinin (mal göndərənlərin) çoxluğu;
- Tərəf- müqabillərin iqtisadi bərabərliyi;
- Əmtəə alqı- satqısı və mal göndərilməsi proseslərinin öz-özünə nizamlanması və tənzimlənməsi;
- Qiymətqoymada müstəqillik;
- Malgöndərənlərlə alıcılar arasında rəqabət;
- Tərəflərin üzərinə götürdükləri öhdəliklərə görə ciddi maddi və maliyyə məsuliyyəti daşımaları.

Respublikamızın plan- bölüşdürücü sistemindən təsərrüfatçılığın bazar prinsiplərinə keçməsi kommertiya fəaliyyətinin metodlarına tezliklə yiyələnməyi tələb edir. Təəssüf ki, ticarətin inkişafının əsaslı strategiyasının olmaması , bazar münasibətlərinin hüquqi bazasının natamamlığı, dövlətin əmtəə-pul münasibətlərinin tənzimlənməsindən tam təcrid olunması bu sahədə böyük əngəllərin yaranmasına səbəb olmuşdur.

Normativ bazanın hazırlanmasının gecikdirilməsi , həddən artıq vergi təzyiqi, yerli istehsalçılara tam dəstəyin olmaması kommertiya fəaliyyətində bir sıra neqativ halların yaranmasına , “ gizli “ iqtisadiyyatın mövcudluğuna şərait yaratmışdır ki, bu da sivil kommertiya münasibətləri prinsiplərindən uzaqdır.

Bununla yanaşı , son dövrlərdə ölkənin hüquqi – qanunvericilik bazasının inkişafı əmtəə tədavülü sferasında kommertiya münasibətlərinin inkişafında pozitiv dəyişikliklərin baş verməsi üçün əlverişli şəraitin formalaşdırılması prosesi əhəmiyyətli dərəcədə sürətləndirilmişdir.

Sənaye müəssisələrində kommertiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilati əsasları.

Bazar münasibətləri şəraitində sənaye müəssisələrinin, firmanın fəaliyyət göstərməsi xarici mühitdə yeni satış bazarları və bu növ ehtiyatlarla qarşılıqlı əlaqələr nəticəsində mümkün olur. Firmanın təşkilati sktrukturu eləcədə firma ilə onun müştəriləri və təhcizatçıları arasında qarşılıqlı münasibətləri əks etdirir. Firmanın kommertiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilati skturukturuda əsas etibarilə sahibkarların yəni kommertantların strateji məqsədləri alıcılar, mal göndərənlər və digər müəssisələrlə qarşılıqlı əlaqəsinə uyğun gəlməlidir. İşlə əlaqədar hər bir sahənin yəni məhsul əmtəənin, xidmətin kəmiyyətə olan

tələbatın, vergi siyasəti çoxlu sayda daxili və xarici amillər daima dəyişməsindən müəssisə miqyasında idarəetmənin təşkilati formalarının yaradılması və təkmilləşdirilməsi daimi xarakter daşıyır. Bu baxımdan hər hansı bir istehsal müəssisələrinin səmərəli fəaliyyətini təmin etmək üçün müəssisə kommersiya fəaliyyətinin strategiyasını müəyyənləşdirməli və mütərəqqi üsullardan istifadə etməklə həyata keçirməlidir. Kommersiya işinin təşkili dedikdə əsasən fəaliyyətin iki istiqamətdə aparılması nəzərdə tutulur:

- 1) Müəssisənin istehsalə üçün zəruri olan xammal və materialların tədarükünün və məhsulun satışı istiqamətində fəaliyyətini təşkil edir;
- 2) Kommersiya işini həyata keçirən heyətin idarəetmə strukturunun təşkili.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal müəssisələrində kommersiyaa fəaliyyətinin idarəedilməsi prosesi aşağıdakı elementlərdən ibarətdir:

- 1) Vəzifələrin dəqiq müəyyən edilməsi;
- 2) Vəzifələrə uyğun olaraq ayrı-ayrı idarəetmə həlqələrində yerinə yetiriləcək funksiyaların müəyyənləşdirilməsi;
- 3) İstehsal və kommersiya şərtlərinin mümkün şərtlərə uyğunluğunu bacaran mütərəqqi təşkilati strukturun qurulması;
- 4) Qəbul edilən qərarların və verilən göstərişlərin vaxtında öz ünvanına çatdırılması;
- 5) İdarəetmə prosesinə nəzarət və əlaqələndirmənin səmərəliliyinin müəyyən edilməsi.

Bütün bu göstəricilər isə istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilinin əsas elementləri olmaqla onun təşkilati strukturunu bir daha təsdiqlədi. Sənaye müəssisələrinin kommersiya ilə məşğul olan xidmətləri yəni tədarük və satış şöbələri, müəssisə onun malgöndərənlərin eləcədə istehsalçı arasında əlaqələndirici qrup kimi fəaliyyət göstərir.

Müəssisə müstəqil şəkildə və ya bu sahədə ixtisaslaşmış çoxlu sayda təhizat satış təşkilatlarının köməyi ilə istehsal və satış bazarlarının tələb və təklif göstəricilərinin öyrənilməsi ilə satış şöbələri müəssisə və onun malgöndərənlərinin sfərişi əsasında formalaşır. Eyni zamanda maddi ehtiyatlara və hazır məhsula olan tələbat müəyyən edilir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin əsas metodoloji prinsipləri aşağıdakılardır:

- 1) Obyektiv iqtisadi qanunların nəzərə alınması ilə elmi yanaşma;
- 2) Sistemliliyi yəni kommersiya fəaliyyətinin bir sistem kimi qəbul etmək;