

Mühazirə 3.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin növləri

Plan:

1. *Sahibkarlıq fəaliyyətinin növləri.*
2. *İstehsal sahibkarlığı.*
3. *Vençur sahibkarlığı*
4. *Kommersiya sahibkarlığı.*
5. *Maliyyə sahibkarlığı.*
6. *Konsultativ sahibkarlığı*

İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı

1. Ş.Ə.Səmədzadə, V.R.Musayev. İ.Z.Seyfullayev. Sahibkarlığın əsasları. Dərslik. Bakı 2010
2. F.H.Abbasov, R.A.Quliyev. Sahibkarlığın əsasları. Dərslik. Bakı 2012.
3. A.H.Tağıyev, S.A.Fərzəliyev. Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Sumqayıt 2007.
4. Qreqori Mənkü “Ekonomiksin əsasları” Harvard Universiteti. Tərcümə 2010.
5. V.R.Musayev, İ.Z.Seyfullayev “Sahibkarlığın əsasları”. Bakı 2000.
6. V.Niftullayev “Sahibkarlığın əsasları”. Bakı 2002.

1. Sahibkarlıq fəaliyyətinin növləri

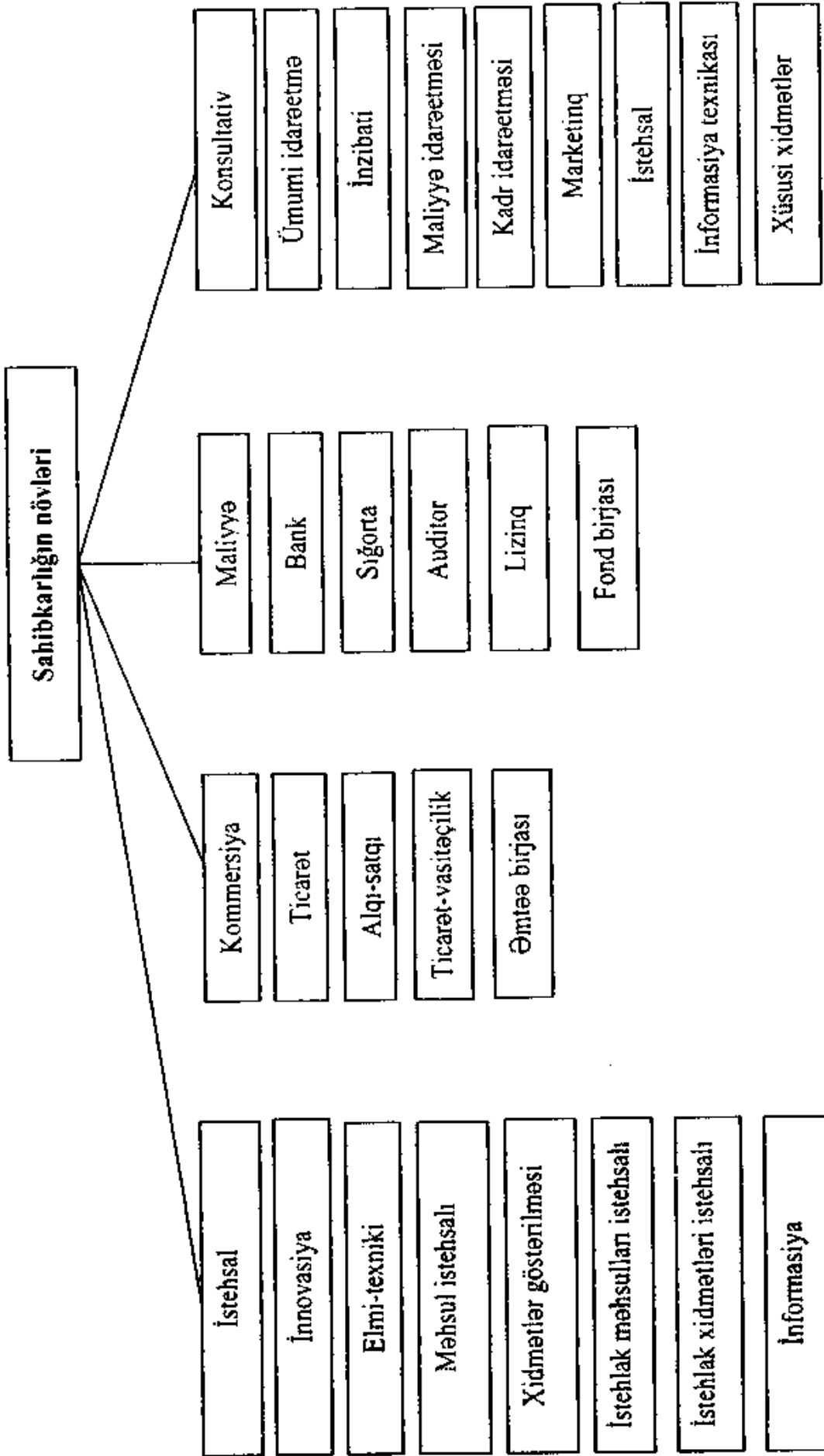
Sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif cür növləri mövcuddur. Hər hansı biznes fəaliyyəti bu və ya digər dərəcədə məhsul və xidmətlər istehsalı, mübadiləsi, məhsulun bölgüsü və istehlakı ilə sıx bağlıdır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas növləri aşağıdakılardır:

- İstehsal sahibkarlığı
- kommersiya (ticarət) sahibkarlığı
- maliyyə sahibkarlığı.

Bunlardan başqa son on ildə iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş dünya ölkələrində sahibkarlığın müstəqil sahələri - innovasiya sahibkarlığı və məsləhətçi (konsaltinq) sahibkarlığı da inkişaf etməkdədir. Sahibkarlığın adı çəkilən növləri bir neçə yarımnövlərə bölünür. Sahibkarlığın mövcud olan növ və yarımnövlərini aşağıdakı sxemdə görmək olar (*sxem N«1*).

Sahibkarlıq növləri.



Sxem №1. Sahibkarlıq fəaliyyətinin növləri

Istehsal	Komersiya	Maliyyə	Məsləhətçi
-innovasiya	-ticarət	-bank	-inzibatçılıq
-elmi texniki	-ticarət	sığorta	-maliyyə idarə edilməsi
-əmtəə istehsalı	tədarük	audit	-marketing
-xidmət göstərilmə	-ticarət	lizinq	-istehsal
-istehsal təyinatlı	vasitəçi	fond birjalari	-informasiya
-məsulların istehlakı	-əmtəə birjalari		texnologiyası
-informasiya			-xüsusi xidmətlər
-istehsal təyinatlı xidmətlərin istehlakı			-ümumi idarə etmə

Istehsal sahibkarlığı sahibkarlığın aparıcı sahəsidir. Bu sahədə məhsullar və əmtəələr istehsal edilir, işlər görülür, müxtəlif maddi dəyərlər yaradılır. Ölkəmizdə məhz bu fəaliyyət sferası bazar iqtisadiyyatına keçid zamanı ən mənfi dəyişikliklərə məruz qalmışdır: təsərrüfat əlaqələri dağılmış, maddi-texniki təminat pozulmuş, məhsul satışı kəskin azalmış, müəssisələrin maliyyə vəziyyəti pisləşmişdir.

Kommersiya sahibkarlığı Azərbaycanda keçid dövründə ən çox inkişaf edən sahədir. Kommersiya sahibkarlığı alış və satış üzrə sövdələşmələr və əməliyyatlarla xarakterizə olunur. Kommersiya sahəsində çoxlu bacarıqlı sahibkar əmələ gəlmiş, xüsusi və fərdi sahibkarlıq daha çox inkişaf etmişdir. Hal hazırda istehsal fəaliyyətində müəssəsin rentabelliği 10-12% təmin olunursa kommersiya fəaliyyətində rentabellik 20-30% və daha çox təmin edilir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi növü maliyyə sahibkarlığıdır. Bu fəaliyyətin əsas sferası dəyərlərin istərsə də kommersiya sahibkarlığının bütün növlərinə daxil olmaqla yanaşı müstəqil bank işlərində, sığorta işlərində və başqa yerlərdə həyata keçirilir.

Maliyyə sövdələşmələri adətən istehsal və kommersiya sahibkarlığında olduğundan az rentabellidir (5-10%) son illərdə respublikamızda məsləhətçi sahibkarlıq da inkişaf etməyə başlamışdır.

2. ***Istehsal sahibkarlığı***

Sahibkarlıq fəaliyyətinin nisbətən müstəqil növləri qarşılıqlı əlaqədirlər və bir-birini tamamlayırlar. Bununla belə üstünlüyü istehsal sahibkarlığı təşkil edir və qalan sahibkarlıq fəaliyyətinin növlərinin məzmununu müəyyənləşdirir. ***Istehsal sahibkarlığı*** fəaliyyəti çox geniş və mürəkkəbdir. Göründüyü kimi istehsal sahibkarlığına innovasiya elmi texniki fəaliyyət, əmtəənin bilavasitə istehsalı, xidmət göstərilmə, əmtəəyə və xidmətə istehsal tələbatı, habelə bu sahələrdə informasiya fəaliyyəti daxildir. ***Istehsal sahibkarlığı*** ilə məşğul olmaq istəyən hər bir sahibkar hər şeydən əvvəl müəyyən etməlidir ki konkret hansı əmtəənin istehsalı ilə və ya hansı növ xidmətlə məşğul olmaq istəyir. Yalnız bundan sonra o marketing fəaliyyətinə başlayır. Əmtəəyə tələbatı öyrəndikdən sonra o, potensial istehlakçılara, əmtəənin alıcıları ilə, topdan satış və ya pərakəndə ticarət təşkilatları ilə əlaqələr yaradır. Belə əlaqələr sahibkarlıq riskini minimuma endirməyə imkan verir. Əks təqdirdə sahibkar istehsal fəaliyyətinə başlayarsa o, müvəffəqiyyət qazana bilməz.

Istehsal sahibkarlığının növbəti mərhələsi istehsal amillərinin alınması və ya onların icarəyə götürülməsi prosesidir. Obyektinə görə istehsal sahibkarlığının 2 növü mövcuddur: 1) Əsas: 2) Köməkçi:

Nəticəsi istehlaka hazır məhsulun istehsalı olan sahibkarlıq fəaliyyəti əsas istehsal sahibkarlığına aid edilir. Məhsulun keyfiyyət göstəricilərinin yüksəlməsinə imkan verən

yeniliklərin istehsalçılara çatdırılması ilə bağlı olan sahibkarlıq fəaliyyəti köməkçi sahibkarlığa aid edilir.

İstehsal amilləri dedikdə buraya istehsal fondları, işçi qüvvələri, informasiya aid edilir. istehsal fondları öz növbəsində əsas və dövriyyə fondlarından bölünür. Əsas istehsal fondlarından binalar, tikililər, ötürücü qurğular, güc maşınları və avadanlıq, ölçü və tənzimləyici cihazlar və qurğular, hesablama texnikası, nəqliyyat vasitələri, alətlər və tələbatlar, istehsal inventarları və digər əsas fondlar, istehsal sexlərinin zavod idarə heyəti, laboratoriya binaları aid edilir. Bu fondların bir hissəsi aktiv fondlar (texnoloji maşınlar, avadanlıq, texnoloji qurğular və.s) adlanır.

Əsas istehsal fondları istehsal vasitələrinin o hissəsidir ki uzun müddət natural formasını saxlayaraq öz dəyərini hazır məhsulun üzərinə tədricən keçirir. *Dövriyyə istehsal fondları* istehsal prosesində bir istehsal tsiklində tamamilə sərf olunur və öz dəyərini bütövlükdə yeni yaradılan məhsulun üzərinə keçirir. Bunlara xammal, istehsal ehtiyatları əsas və yardımçı materiallar yarımfabrikatlar yanacaq və başqaları daxildir. Müəssisələrin maddi və pul vəsaitinin bir hissəsi tədavül dairəsində olur. Ona görə də müəssisələrdə istehsal fondları ilə yanaşı tədavül fondlarına da malikdir. Hər bir müəssisə və birlikdə istehsal fondları 3 formada: pul, məhsuldar və əmtəə şəklində fəaliyyət göstərir.

Pul fondları istehsal vasitələri almaq və işçilərə əmək haqqı vermək üçün lazımdır. Məhsuldar fondlar əmək vasitələri və əmək cisimləri şəklində mövcud olur. Əmtəə fondları satılmaq üçün ayrılmış hazır məhsuldan ibarətdir. Müəssisənin istehsal fondları (onların dəyəri) bir funksional formadan başqasına, yəni istehsal və tədavül mərhələlərindən keçərək daim hərəkətdə olur.

Fondların ardıcıl olaraq bir formadan digər formaya çevrilməsinə onların *dövrənı* deyilir. Fondların dövrənı 3 mərhələdən keçir.

Fondların dövrənının 1-ci mərhələsi pulla istehsal vasitələri əldə edilməsi vasitəsilə onların pul formasından məhsuldar formasına çevrilməsindən ibarətdir.

2-ci mərhələ istehsal prosesinin özüdür ki, onun gedişində fondlar məhsuldar formadan əmtəə formasına keçir. Bu mərhələdə hazır məhsul yaradılır.

3-cü mərhələdə istehsal edilmiş məhsulun reallaşdırılması baş verir. Bu mərhələdə fondlar əmtəə formasından pul formasına keçir.

Hər bir müəssisə normal iş şəraiti yaradarsa, fondların dövrənının bütün mərhələləri ardıcıl olaraq baş verir. Fondların dövrənının fasiləsiz olaraq daim təkrarlanmasına xidmət edən dövriyyə fondlarının və tədavül fondlarının pul formasında ifadə olunmuş məcmusu dövriyyə vəsaitlərinin təşkil edir. Dövriyyə vəsaiti məhsulun istehsalı və reallaşdırılması sahəsində müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinə xidmət edərək daim hərəkətdə olur. Əsas istehsal fondları istehsal prosesində tədricən fiziki və mənəvi aşınmaya məruz qalır. Əsas fondların fiziki aşınması prosesində o, tədricən öz istehlak dəyərini bu və ya digər dərəcədə itirir. Fiziki aşınmanın intensivliyi əsas fondların saxlanması şəraitindən daha çox aslıdır. Əsas fondlar fiziki aşınma ilə yanaşı mənəvi aşınmaya da məruz qalırlar.

3.Vençur sahibkarlığı

Vençur işgüzarlığı cəmiyyətin tərəqqisi üçün birinci dərəcəli sosial-iqtisadi vasitədir. Onun köməyi ilə bir sıra yığılıb qalmış problemlərin həllinə nail olmaq mümkündür.

Vençur işgüzarlığı nə deməkdir? Vençur işgüzarlığı dedikdə sahibkarların, firma və şirkətlərin gəlirlərinin artırılması məqsədilə elmi-tədqiqat layihələrinə əsaslanıb, yeni elmi ideyalar həyata keçirilməsi üzrə ixtisaslaşdırılmış iqtisadi fəaliyyət məfhumu başa düşülür. Vençur işgüzarlığını sahibkarlığın digər formalarından fərqləndirən cəhəti ondan ibarətdir ki,

burada gəlirlərin əldə edilməsi zamanı hədsiz dərəcədə qeyri-müəyyənliklər yaranır. Əgər yeni istehsalın və bazara çıxarılan məhsulun layihəsi müvəffəqiyyət qazanmazsa gələcəkdə tələbatı ödəmək məqsədilə bazara çıxarılan məhsul öz alıcısını tapmır və son nəticədə sahibkar mənfəət əldə etmək imkanından məhrum olur. Vençur işgüzarlığının zəruri komponentləri kimi iqtisadiyyatda **vençur, vençur kapitalı və vençur sahibkarlığının** dövlət tərəfindən müdafiə olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Vençur kapitalı - yeni texnologiyaların və layihələrin işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsinə sərf edilən maliyyə vəsaitidir (*investisiyadır*). Vençur kapitalının əsas xüsusiyyəti onun mütləq qaytarılması tələbinin qoyulmamasıdır. Çox vaxt vençur kapitalının arxasında ən cəsarətli və risk etməyi bacaran subyekt dayanır.

Vençur işgüzarlığı - *vençurlara maliyyə və qanunvericilik köməyi edən, onların inkişafını həvəsləndirən, onları sifarişlə təmin edən, təşkilatçılıq və idarəetmə sahəsində məsləhətçi köməyi göstərən xüsusi dövlət institutlarından ibarətdir.*

Vençur işgüzarlığı ilk dəfə müharibədən sonrakı dövrdə-50-ci illərdə ABŞ-da meydana gəlmişdir. Onun yaranması bir sıra amillərlə izah olunur. Birinci amil investisiya proseslərinin gərginliyinin zəifləməsi şəraitində kapitalın çox yığılması və sərbəst vəsaitin yaranması ilə izah olunur. Bu istiqamətə mənfəət normasının aşağı düşməsi amili də təsir edir. Bu isə investisiya edən subyektin kapital qoymaq üçün başqa sahələr axtarıb tapmağa məcbur edir.

İri şirkətlər isə konunersiya nöqtəyi-nəzərindən müvəffəqiyyəti şübhə altında olan elmi-texniki yeniliyin tətbiqi ilə məşğul olmağa qadir deyildirlər. Lakin vençur sahibkarlığının ayn-ayn nailiyyətləri o dərəcədə yüksək təsir bağışlamışdu- ki, “bəxtini sınamaq” istəyənlərin böyük bir dəstəsinin yaranmasına səbəb olmuşdur.

Müharibədən sonrakı dövrdə vençur sahibkarlığının inkişafı üç mərhələdən keçmişdir. *Birinci mərhələ* 50-60-cı illəri əhatə edir. Bu vaxt müxtəlif növ elektron texnikası istehsalı ilə ixtisaslaşmış çoxlu firmalar yaradılır, “Kseroks”, “Polyaroid” və s. bu kimi nadir kəşflərdən istifadə olunurdu. *İkinci mərhələ* 1969-1978-ci illəri əhatə edir. Bu dövrün xüsusiyyəti, vençur işgüzarlığının maliyyə imkanlarının əhəmiyyətli dərəcədə azalmasından ibarətdir. Buna səbəb dövlətin vergiqoyma siyasətinin vençur işgüzarları üçün qənaətbəxş olmaması idi. Lalan buna baxmayaraq, maliyyə yardımı olan vençurların çoxu yeni məhsul buraxılması vasitəsilə böyük iqtisadi müvəffəqiyyətlərə nail oldular. Bu dövrdə yaranan “İntal”, ilk super EHM yaradan “Kray risserc”, fərdi EHM yaradan pioni “EPL kompüter” və s.-ni göstərmək olar. ABŞ-da vençur sahibkarlığının *üçüncü mərhələsi* 1978-ci ildən sonra başlayır ki, bu da dövlətin kiçik elmi firmalarında vergiqoyma siyasətində apardığı dəyişikliklə izah edilir. Hazırkı vaxtda iqtisadiyyatda yaranmış ümumi böhrana baxmayaraq, vençur işgüzarlığı sürətlə və müvəffəqiyyətlə inkişaf edir. 1979-cu ildən 1982-ci ilə qədər vençurlar tərəfindən kənar (*cəlb edilmiş*) mənbələrdən maliyyələşdirmə hesabına kapital qoyuluşunun həcmi 5 dəfədən çox, yəni 319 mln.-dan 1700 mln. dollara qədər artmışdır.

Vençur kiçik innovasiya firmasıdır. Məsuliyyət formasına və təşkilati-hüquqi vəziyyətinə görə, vençur-korporasiya partnyor (*yoldaşlıq*), yaxud vahid şirkət şəklində çıxış edə bilər. Korporasiya - kapitalı şirkətin səhm sahiblərinin mülkiyyətində olan səhmdar firmasıdır.

İdarənin metodu və təşkilati quruluşu başlıca olaraq, vençurların ixtisaslaşmasından və ölçüsündən asılıdır.

Vençurun funksiyası məhsul buraxılışı tənzimləndəndən sonra başa çatır.

Vençurda təşkilatçılığın sadəliyi, təsisçilərin özlərini yalnız faydalı işə həsr etməsi, kənardan investisiya subyektlərini özünə cəlb olunmasına imkan verir. Vençurun təməlini qoyanlar, yəni ideya verənlər yeni məhsulun satılmasını maliyyələşdirmək üçün lazımı qədər vəsait olmadığından, kənardan maliyyələşdirmə mənbələri tapmaq məcburiyyətində qalırlar. Vençur kapitalının fərqli cəhəti onların uzun müddətə verilməsidir. Vençur kapitalının sahibləri qoyduqları vəsaitin 5-7 ilə ərzində ödənilməsinə razıdırlar. Bundan əlavə, vençur maliyyəçiləri, firmanın maliyyələşdirilməsinin müvəffəqiyyətsiz olduğu vaxt öz vəsaitlərinin mümkün itkiləri ilə razılaşırlar.

Vençur yalnız səhmdar kapitalı formasında çıxış edir. Bir qayda olaraq, maliyyələşdirilmiş firmalar hüquqi statuslu partnyorlardan istifadə edirlər. Vençur kapitalı qoyanlar isə məhdud səlahiyyətli partnyorlar olurlar. Vençur kapitalının sahibkarı iştirak etmə səviyyəsindən asılı olaraq maliyyələşdirilmiş firmanın gəlirinin uyğun hissəsini götürməyə hüquqları vardır.

Vençur kapital sahibkarlarının məqsədi firmanı maliyyələşdirməkdən ibarətdir. Onların marağını güdən əsas cəhət öz səhmlərinin həcmində çox olmasıdır. Vençur kapitalı sahiblərinin firmanın aktivinin dəyərində iştirak etmə səviyyəsi nadir hallarda 50 faizi ötür. Vençur əməliyyatında pul vəsaitini xərcləyirlər. Burada müxtəlif üsullardan istifadə olunur. Onlar vençur firmasını alırlar, lisenziya müqavilələri bağlayırlar, onların tədqiqat işlərində birgə investorlar kimi çıxış edirlər, onlarla korporativ əlaqələri saxlayırlar.

Son vaxtlar bu sistemdə məsləhətçi-vasitəçi firmaların fəaliyyəti geniş inkişaf etmişdir. Təcrübə göstərir ki, kapitalını müdafiə etdiyi vençurun 20 faizi "açıq" şirkətlərdə mövcud olur. Onların 20 faizi müflisləşir və çox hissəsi isə, yəni vençurların 60 faizi iri təsisçilər vasitəsilə nizama salınır. Bununla bərabər, bu vençurların təsisçiləri ya hədsiz miqdarda gəlir əldə edirlər, yaxud da onların mülkiyyətini almış korporasiyanın yüksək ödənişli işçilərinə çevrilirlər. Beləliklə, vençur maliyyələşdirilməsi korporasiyanın istehsal etdiyi məhsulun çeşidinin dəyişdirilməsi formasına çevrilir. Axırncı onillikdə, şirkət çərçivəsində vençur bölmələrinin yaradılması meylləri nəzərə çarpır. Belə bölmələr "daxili vençur" adlanır.

Vençur işgüzarlığında əsas rolu dövlətin ona münasibəti oynayır. Belə bir münasibətin iqtisadi əsasını vergi qanunvericiliyi təşkil edir. Investisiyanın gəlirliliyi əsasən qiymətli kağızların satışından yaranmış kapitala olan vergi ilə təyin edilir.

Beləliklə, vençur işgüzarlığında bəzi problemlərə nəzər yetirək.

Birinci problem - vençur biznesinin əsas iqtisadi şərti olan bazar münasibətlərinin inkişafını həyata keçirən xüsusi mülkiyyət institutunun yaradılmasıdır.

İkinci problem - dövlət mülkiyyətini inhisarsızlaşdırmaq və xüsusiləşdirmək vasitəsilə vençurların marağını artırmaqdır.

Üçüncü problem - fərdi, xüsusi və büdcə vəsaitləri hesabına vençur biznesinə kömək məqsədilə ictimai fondların yaradılmasıdır.

Dördüncü problem - vençur işgüzarlığının rahat işləməsi üçün ideoloji atmosfer yaratmaq, cəmiyyətin fəaliyyətini intellektual istiqamətə yönəltmək, şəxsi təşəbbüsə şərait yaratmaqdır.

Beşinci problem - müxtəlif intellektual mülkiyyət subyektlərinin səmərəli müdafiə mexanizminin yaradılmasıdır.

4. Kommersiya sahibkarlığı.

Əmtəə birjası - xüsusi tip müəssisə olub, adətən iri dəstlərlə, yalnız bir növ əmtəənin (buğda, çay, şəkər, pambıq, neft, metal və s.) alqı-satqı əməliyyatları ilə məşğul olur. Əmtəə birjalarında kommersiya vasitəçiləri və onun işçiləri könüllü birgə işləmiş və riayət olunan

qaydalara görə ticarət əməliyyatlarını yerinə yetirirlər. *Əmtəə birjasının məqsədi* - azad rəqabətin idarə edilməsi mexanizmini yaratmaq və onun köməyiylə tələb və təklifin dəyişməsinə nəzərə almaqla real bazar qiymətini aşkar etməkdir. Əmtəə birjası stantartlar üzrə kütləvi əmtəənin (buğda, çay, pambıq, neft, və s.) topdan satış bazarının ən çox inkişaf etmiş, daim fəaliyyət göstərən formasıdır. Belə birjalar uzun illərdir ki, bütün inkişaf etmiş ölkələrdə fəaliyyət göstərir. İxtisaslaşmış əmtəə birjalarının klassik nümunələri kimi London (əlvan metal), Liverpul (pambıq), Sinqapur (kauçuk) birjalarını və başqalarını göstərmək olar. Əmtəə birjalarında faktiki əmtəə tədarükçüləri ilə adi ticarət etməklə yanaşı 'fyuçer müqavilələri'nin bağlanması da geniş yayılmışdır. Bu cür müqavilələr əmtəə üçün müqavilədə təyin edilmiş qiymətin müqavilə bağlanıldığı vaxtdan müəyyən qədər sonra pul məbləği ilə ödənilməsinə nəzərdə tutur.

Əmtəə birjalari aşağıdakı əsas funksiyaları yerinə yetirir:

- ticarət müqavilələrinin bağlanması üzrə vasitəçi xidmətlər göstərirlər;
- əmtəə ticarətini qaydaya salırlar ticarət əməliyyatlarını tənzimləyirlər, ticarət mübahisələrini həll edirlər;
- qiymətlərə təsir edən istehsalın vəziyyəti və digər amilləri təhlil edərək yayırlar.

Əmtəə birjalarının dövriyyələrinin böyük hissəsini mövcud olan əmtəələr üzrə deyil, gələcək əmtəələrə və tədarük etmə müqavilələri üzrə əməliyyatlar təşkil edir. Əmtəə birjalari açıq və ya qapalı ola bilər.

Qapalı birjalarda ticarət zamanı yalnız brokerlər alıcı və ya satıcılar arasında çıxış edən birja vasitəçiləri, *açıq birjalarda* isə brokerlərlə yanaşı qonaqlar da iştirak edirlər. Birja əməliyyatlarının xarakterinə görə əmtəə birjalari real əmtəə birjalarina və fyuçers birjalarina bölünürlər. Fyuçers birjalari fyuçers əməliyyatları yerinə yetirirlər.

Hazırda Azərbaycanda bir neçə əmtəə birjası fəaliyyət göstərir. Lakin onların fəaliyyət səviyyəsi çox aşağıdır.

Kommersiya sahibkarlığın əsas məzmununu alqı-satqı (əmtəələrin alınması və satılması) və xidmət üzrə əməliyyatlar və işlər təşkil edir. Kommersiya sahibkarlığının ümumi sxemi müəyyən mənada istehsal sahibkarlığının sxeminə oxşardır. Lakin burada fərq material resurslarının əvəzinə hazır əmtəənin alınması və sonra istehlakçılara satılmasıdır. Beləliklə, burada məhsul istehsalı əvəzinə hazır məhsulun alınması əsas götürülür.

Kommersiya işləri ilə məşğul olmaqdan əvvəl bazarın marketinq təhlilini yerinə yetirmək lazımdır. Əgər bazarın ilkin təhlili və proqnozlar kommersiya işlərinin həyata keçirilməsinin əhəmiyyətli olmasına ümid verirsə sahibkar biznes planı hazırlamalıdır. Biznes planda kommersiya işlərinin həyata keçirilməsi üzrə fəaliyyət proqramı, tələb olunan xərclər və gözlənilən nəticələr əks olunmalıdır.

Ümumi şəkildə istənilən kommersiya işlərinin proqramı aşağıdakıları özündə birləşdirir:

- Ticarət vasitəçi xidmətlərinin (Əmtəənin alınması onun nəql edilməsi, satılması, reklam işlərinin aparılması, lazımı sənədlərin tərtib edilməsi) həyata keçirilməsi üçün tələb olunan maddəli işçiləri;
- Əmtəələrin qablaşdırılması və realizə üçün lazımı binaların, anbarların, bazarların, ticarət məntəqələrinin alınması və ya icarəyə götürülməsi. Əmtəənin sonralar satılması üçün alınması.
- İşləri maliyyələşdirmək üçün kreditlə put vasitələrinin alınması və onların istifadə olunduqdan sonra faizləri ilə birlikdə qaytarılması.
- Vasitəçi funksiyaları yerinə yetirmək üçün kənar təşkilatların və şəxslərin cəlb edilməsi və onların əməyinin pulla ödənilməsi.

- Kommersiya işlərinin planlaşdırılması, tərtibi və tənzimlənməsi üçün tələb olunan informasiyanın (məlumatların) alınması.

- Alıcılara əmtəələrin satılması və mədaxilin əldə olunması;

- Aparılan işlərin qeydiyyatdan keçməsi, dövlət və bələdiyyə, maliyyə təşkilatlarına vergi və ödənişlərin ödənilməsi.

Kommersiya işləri üzrə bütün əsas tədbirlər bir-biri ilə vaxta görə uzlaşdırılır və əməliyyatların mümkün paralel ardıcıl aparılması metodikasında göstərilir. Yekunda biznes plan və fəaliyyətini ələqələndirmə planı tərtib edilir. Əgər kommersiya işləri iri və uzunmüddətli xarakter daşıyarsa, müddət və icraçılar göstərilməklə işlərin yerinə yetirilməsinin plan qrafiki tərtib olunması məqsədəuyğun sayılır.

5.Konsultativ sahibkarlığı

İnkişaf etmiş xarici ölkələrin təcrübələrində məsləhətçilik sahibkarlığı geniş yayılmışdır. İdarəetmə və kommersiya məsələləri üzrə pullu məsləhətlər "konsaltinq" adını daşıyır.

İqtisadiyyat və idarəetmə üzrə Avropa Məsləhətçilər Assosiasiyası Federasiyasının tərifinə görə məsləhətçi menecmenti vəzifəsi müəyyən problemlərin və ya imkanların öyrənilər qiymətləndirilməsi də daxil olmaqla, idarə etmə məsələləri üzrə müstəqil məsləhətlər vermək və ya bu məsələlərin realizə edilməsi məqsədilə müvafiq tədbirlərin işlənilər hazırlanması üçün bilgilər verməkdən ibarətdir.

Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə belə hesab edilir ki, intellektual kapitala, konsaltinq formasında xidmətlərə qoyulan vəsaitin səmərəliliyi yeni avadanlığa və ya qabaqcıl texnologiyaya qoyulan vəsaitin səmərəliliyindən heç də az deyildir. Azərbaycanda müasir şəraitdə məsləhətçiyə belə münasibət müşahidə olunmur. Müəssisələrin çoxunun ağır iqtisadi vəziyyətdə olmasına baxmayaraq, iqtisadiyyat və idarəetmə sahəsində olan intellektual potensialdan demək olarki tamamilə istifadə olunmur. İnkişaf etmiş kapitalist ölkələrində firma rəhbərləri məsləhətçilərə vaxtında müraciət edərək maliyyə təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili, müəssisələrin sağlamaşdırılması, fəal marketinq proqramlarının hazırlanması, investisiya və maliyyə siyasətinin işlənməsinin üstünlüklərini və iqtisadi səmərəliliyini hiss etmişlər.

Məsləhət xidmətləri şifahi və birdəfəlik məsləhət formasında həyata keçirilə bilər. Lakin çox vaxt onlar konsaltinq məsləhət lahiyələri şəklində təqdim olunur və aşağıdakı əsas mərhələləri əhatə edir:

- problemlərin aşkar edilməsi (diagnostika);
- qəpərlərin, layihənin hazırlanması;
- qəpərlərin, layihənin həyata keçirilməsi.

Yekun mərhələsi layihənin həcmindən asılı olaraq bir neçə gündən bir aya qədər ola bilər. Bəzən məsləhətçilər ilə müştərilər arasında ələqə çox illik ola bilər.

Məsləhətçilik metodları. Məsləhətçilik metodları müxtəlif ola bilər. Məsləhətçiliyin daha çox üç növündən istifadə edilir: ekspert, proses və öyrədici.

Ekspert məsləhətçiliyi konsaltinqin ən passiv formasıdır. Bu zaman məsləhətçi diagnostikanı, qərarların hazırlanmasını və onların tətbiqini müstəqil həyata keçirir. Müştəri bu halda məsləhətçini yalnız lazımi informasiya ilə təmin edir.

Proses məsləhətçiliyində konsaltinq-firmanın mütəxəssisləri layihənin hazırlanmasının bütün mərhələlərindən müştəri ilə fəal qarşılıqlı fəaliyyətdə olurlar, məsləhətçilər müştəri ilə birlikdə problemləri təhlil edir və təklifləri işləyib hazırlayırlar. Öyrədici məsləhətçilikdə

mütəxəssislərin əsas vəzifəsi ideyaların əmələ gəlməsi və qərarların işlənilib hazırlanması üçün zəmin yaratmaqdır. Bu məqsədlə onlar müştərilər üçün muhazirələr, seminarlar aparır, dərs vəsaitləri hazırlayırlar. Bununla belə, lazım olan bütün nəzəri və praktiki informasiyanı (məlumatları) da müştərilərə təqdim edirlər. Əlbəttə, təcrübədə yuxarıda adları çəkilən məsləhətçilik metodları tam ayrı-ayrılıqda istifadə edilmir, onların kombinasiyası tətbiq edilir.

Məsləhət xidmətləri çox müxtəlif ola bilər. Menecment üzrə məsləhətçilərin Avropa məlumat-göstərici kitabında 84 növ məsləhət xidməti qeyd olunur. Onlar 8 qrupa birləşdirilir: ümumi idarəetmə, inzibatçılıq, maliyyənin idarə edilməsi, kadrların idarə edilməsi, marketinq, istehsal, informasiya texnologiyası, ixtisaslaşdırılmış xidmətlər, məsləhət layihəsinin yerinə yetirilməsinin təşkili. Məsləhətçi firma ilə müştəri-firma arasında əlaqə yaradıldıqdan sonra təkliflərin hazırlanmasına başlanılır. Müştəri və məsləhətçi birlikdə layihəni müzakirə edərək işə başlayırlar. Bu zaman müştəri firma haqqında kifayət qədər hərtərəfli lazımı məlumat toplanır. Məsləhətçiyə aşağıdakı məlumatlar lazımdır: firma nə ilə məşğul olur, o nə istehsal edir, işçilərin sayı, onların kvalifikasiyası, idarəetmə heyətinin payı, istehsal işlərinin, xidmətlərin həcmi, xərclərin strukturu, mənfəətin məbləği və onun mənbələri, firmanın maliyyə vəziyyəti, müqavilələrin mövcudluğu, tərəfdaşların etibarlılığı. Sonra situasiya (vəziyyət), onun dəyişmə dinamikası və problemin mahiyyəti müəyyən edilir. Bundan sonra işlərin yerinə yetirilməsi plan-qrafiki və lazımı hüquqi sənədlər tərtib olunur. Əsas diqqəti işlərin yerinə yetirilməsinin plan-qrafiklərinə vermək və onların yerinə yetirilmə müddətini daha dəqiq təyin etmək lazımdır. Məsləhətçinin nüfuzu əhəmiyyətli dərəcədə o zaman mühafizə olunur ki, işlərin yerinə yetirilməsi müddəti nəzərdə tutulmuş vaxdan fərqlənməsin (gecikməsin) və ya tez olsun.

Həmçinin, qeyd etmək lazımdır ki, işlərin hansı formada yekunlaşdırılması (xidmət kimi və ya konkret nəticələrə nail olmaq kimi) olan qrafikdə göstərilməlidir. Yekunda layihənin realizə olunması üzrə tədbirlər planı, yazılı hesabat və ya təkliflərin siyası tərtib edilir.

Konsultativ xidmətlərin mahiyyəti və mərhələləri. "*Konsultant*" sözünün latın dilində hərfi mənası *məsləhətçi* deməkdir. İqtisadi və siyasi leksikonda mahiyyət etibarlı ilə bu kateqoriya mütəxəssislərin müəyyən sahədə öz ixtisasına uyğun məsələlər üzrə məsləhətlər verməsidir. Xarici ölkələrin praktikasında haqqı ödənilməklə verilən məsləhətlər idarəetmənin müəyyən sahəsi olub konsaltinq adını daşıyır. İqtisadiyyat və idarəetmə üzrə konsaltinqin Avropa Federativ Assosiasiyasının tədqiqatında göstərilir ki, menecment konsaltinq idarəetməsinin müəyyən məsələləri üzrə məsləhətlər verən və konkret köməkliklər göstərən mütəxəssisi hesab edilir.

Sənayecə inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində konsultativ xidmətlər formasında intellektual kapitalın cəlb edilməsi yeni avadanlıq və intensiv texnologiyanın cəlb edilməsindən daha səmərəli hesab edilir. Lakin müasir şəraitdə ölkədə konsultanta bu cür müsbət münasibət müşahidə edilmir. Bu sahədə paradoksal mənzərə müşahidə edilir. Belə ki, mütəxəssislərin əksəriyyəti təşkilati idarəetmə xarakterli səbəbdən ağır iqtisadi vəziyyətdə olduğundan bazar münasibətləri şəraitinə uyğunlaşa bilmir və ona görə də bu sahədə mövcud intellektual potensialdan istifadə edə bilmirlər. Rəhbərlik də öz növbəsində konsultantın köməyinə müraciət edir, onların maliyyə-təsərrüfat təhlilinin sağlamlaşdırma proqramının, investisiyalann hazırlanması, aktiv marketinq və maliyyə siyasətinin iqtisadi səmərəsini hiss edirlər.

Konsultativ xidmətlər birdəfəlik şifahi məsləhətlər formasında həyata keçirilir. Lakin onlar konsultativ layihələr formasında da verilə bilər. Konsultativ layihələr aşağıdakı mərhələlər əsasında həyata keçirilir.

- *problemin araşdırılması və ya diaqnostika;*
- *qərar layihəsinin hazırlanması;*
- *qərar layihəsinin həyata keçirilməsi.*

Axırıncı mərhələ layihənin həcmindən asılı olaraq bir neçə gündən bir neçə ayadək həyata keçirilir. Müştərilərlə əlaqələr çoxillik xarakterli də ola bilər.

Konsultativ xidmətin metodları. İqtisadi praktikada konsultativ xidmətlərin müxtəlif metodları mövcuddur. Lakin konsultativ xidmətin ən çox üç növü tətbiq edilir. Bunlara da ekspert, proses və təlimatlar aiddir.

Ekspert konsultativ xidmətlər - konsaltinqin ən passiv formasıdır. Bu zaman konsultant (*məsləhətçi*) diaqnostika, qərar layihəsinin hazırlanması və onun tətbiqinə dair məsləhətlərin verilməsini müstəqil şəkildə həyata keçirir. Bu şəraitdə müştəri konsultantı yalnız zəruri informasiyalarla təmin edir.

Prosessual konsultativ xidmətlər zamanı konsaltinq firmasının mütəxəssisi layihələrinin hazırlanmasının bütün mərhələlərində müştərilərlə fəal qarşılıqlı əlaqədə olur, öz ideya və təkliflərinə qarşı tərəflərin münasibətini öyrənir. Konsultant müştəri ilə birgə problemin mövcud vəziyyətini araşdırır, təhlil edir və son nəticədə təkliflər hazırlayır.

Təlim xarakterli konsultativ xidmətlər zamanı mütəxəssislərin başlıca vəzifəsi qərarların hazırlanması və ideyaların yaradılması üçün münbit şərait yetişdirməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə mütəxəssislər müştərilərə mühazirələr oxuyur, seminarlar aparır, müştərilər üçün tədris vəsaiti hazırlayır, onlar üçün zəruri olan nəzəri və praktiki informasiyaları təmin edir.

Praktikada konsultativ metodların yuxarıda qeyd edilən növləri ay- n-aynılıqda tətbiq edilmir. Hər üç növün kombinasiyasından daha geniş istifadə edilir.

Sənaye üzrə inkişaf etmiş ölkələrdə konsultativ xidmətlər uzun illərdir ki, bazar iqtisadiyyatı infrastrukturunun ən mühüm elementi hesab edilir. Konsaltinq statistikada müstəqil sahə kimi araşdırılır. ABŞ-da bu sahədə 700 min nəfərdən çox adam məşğul olur, xidmətlərin illik həcmi isə 50 mlrd, dollar təşkil edir. İstər iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş və istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqtisadi və idarəetmə qərarlarının heç biri konsultantların xidmətləri olmadan qəbul edilmir.

Kommersiya fəaliyyəti əsasında yaranan xüsusi konsultativ xidmət firmaları ilə yanaşı bu sahə ilə bağlı dövlətin informasiya, təlim və tədqiqat təşkilatları da mövcuddur. Konsultativ xidmətlər ən müxtəlif səciyyə daşıyır. Avropanın menecment üzrə konsultantları 84 növ konsultativ xidmətlər yerinə yetirir. Bunlar da əsasən 8 qrupda birləşdirilir: ümumi idarəetmə; inzibati idarəetmə; maliyyə idarəetməsi; kadrlar üzrə idarəetmə; marketing; istehsal; informasiya texnikası; xüsusi xidmətlər.

Konsultativ layihələrin yerinə yetirilməsinin təşkili. Konsultativ xidmətlər göstərən firmalar ilə müştərilər arasında əlaqə yaradılandan sonra təkliflərin hazırlanması başlanır. Təkliflərin hazırlanmasına başlamazdan əvvəl isə məsləhətçinin müştəri firma haqqında kifayət qədər müfəssəl məlumatla malik olması zəruridir. Məsləhətçi üçün aşağıdakı məlumatların əldə edilməsi zəruridir: finna nə istehsal edir və konkret olaraq nə ilə məşğuldur, işçilərin sayı nə qədərdir və ixtisas dərsləri necədir. Ümumi kollektivdə idarəetmə personalının xüsusi çəkisi, istehsal edilən məhsul və xidmətlərin həcmi, xərclərin strukturu, mənfəətin həcmi və onun mənbələri, firmanın maliyyə vəziyyəti, müqavilələrin

sayı, partnyorlarm (*tərəf müqabillərinin*) etibarlılığı göstərilir. Bundan sonra isə şərait, problemin mahiyyəti və onun dəyişmə dinamikası müəyyənləşdirilir. Daha sonra isə işlərin yerinə yetirilməsi ilə bağlı plan-qrafik tərtib edilir və bir sıra zəruri hüquqi sənədlər hazırlanır. Burada əsas diqqət işlərin yerinə yetirilməsinin plan- qrafikinə yönəldilir. Bu da işlərin yerinə yetirilmə müddətinin dəqiq müəyyənləşdirilməsini əhatə edir.

Konsultativ layihələrin hazırlanması zamanı işin hansı formada başa çatdırılacağına nəzərdə tutulması da müəyyənləşdirilir. Təbiidir ki, işlərin yerinə yetirilməsi zamanı sifarişçi - firmanın psixologiyasının nəzərə alınması da zəruridir. Sifarişçinin maraqlarının təmin edildiyi şəraitdə onun mənafeyinin qorunması ilə bağlı tədbirlər görülməlidir. Bunun üçün mənafeələrin daha çox təmin olunması baxımından hər hansı aralıq variantdan istifadə olunması və onların reallaşdırılması məsləhət görülür. Bu sifarişçi firmanın rəhbərliyi üçün konkret təkliflərin hazırlanmasından, məsləhətçinin təkliflərinin xidmətlərin icrası zamanı müzakirəyə verilməsindən, ayrı-ayrı təkliflərin reallaşması üçün əməllərin hazırlanmasından ibarət ola bilər. İşin sonunda təkliflərin siyahısı, layihələrin reallaşması ilə bağlı təkrar plan da daxil olmaqla hesabat hazırlanır. Bundan əlavə məsləhətlərin nəticələrinin sənədləşdirilməsinin digər razılaşdırılmış növlərindən də istifadə edilə bilər.

Konsaltinq firmasının müştəriləri cəlb etmək yolları. Konsultativ xidmətlər bazarının ən mühüm xüsusiyyətlərindən biri bu fəaliyyət növü ilə məşğul olan firmanın “öz məhsulunun nümunələrini”, “öz xidmətlərinin nümunələrini” göstərmək imkanlarından məhrum olmasıdır. Ona görə də bu cür fəaliyyətlə məşğul olan firma qarşısında müştərilərin cəlb edilməsi kəskin problem kimi dayanır.

Konsultativ xidmətlər göstərən firmaların müştərilər cəlb etmək üsulları müxtəlifdir. Bu üsullar öz fəaliyyətinin reklam edilməsi; vasitəçilər vasitəsilə müştərilər cəlb edilməsi; keçmiş sifarişçilərin rəylərindən istifadə olunması ilə həyata keçirilir.

Daha sadə və eyni zamanda geniş surətdə tətbiq edilən üsul fəaliyyətin reklam edilməsidir. Firma konsultativ xidmətlər sahəsində imkanlarını göstərən, layihələrin müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsinə istinad edən, habelə xidmətlərin dəyərini əks etdirən reklam elanlarını, reklam arayışlarının müxtəlif növlərini geniş yayır. Bundan əlavə vasitəçilərdən istifadə etməklə müştərilərin cəlb edilməsi üsulu da geniş yayılmışdır. Qərbi ölkələrində bu cür vasitəçilərin axtarılıb tapılmasının xüsusi metodikası hazırlanmışdır. Bu məqsədlə də xüsusi vəsait ayrılır. Bu sahədə həlledici faktor konsultant (*məsləhətçi*) firmanın müəyyən müvəffəqiyyətə nail olması, onun uğurlu xidməti fəaliyyətin nəticələri hesab edilir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, iri və habelə orta müştərilərinin müsbət rəyi ən yaxşı reklamdən üstün sayılır.

Konsultativ xidmətlər sahəsində sifarişçilərin təmin edilməsində konsultant firmanın imici də mühüm rol oynayır. Vizit kartoçkalarının sayı, ofisin müvafiq şəraiti, yerləşdiyi ərazinin əlverişliliyi, xarici gör- komi, firmanın işçilərinin münasibəti - bütün bunlar konsultant firma ilə əməkdaşlıq edəcək sifarişçinin müsbət qərar qəbul etməsinə təsir edən faktorlardandır.

Konsultant firmaların olması və fəaliyyəti doğrudan da zəruridirmi? iqtisadiyyatın inkişafının hazırkı mərhələsində iqtisadi vəziyyətə ayrı-ayrı müəssisələrin fəaliyyəti əhəmiyyətli dəyişikliklərə uğrayır və daim yeni problemlər yaranır. Bu baxımdan yuxarıdakı sualın cavabı bir mənalıdır. Bəli, lazımdır, zəruridir. Eyni zamanda müəssisələrin əksəriyyətinin maliyyə vəziyyətinin ağırlığını və maliyyə vəsaitlərinin məhdudluğu nəzərə alınmaqla müəssisələrdə və firmalarda yaranmış problem müəyyənləşdirilməli və yalnız bundan sonra məslə- hotçi dəvət edilməlidir. Ən başlıca problem kimi müəssisənin inkişaf

strategiyasının araşdırılmasına başlanmalıdır. Məhz bütün bu proseslərdən sonra firmanın marketinq və innovasiya potensialının inkişafı ilə bağlı problemin həllinə məsləhətlər verilməlidir.

6. Maliyyə sahibkarlığı

Bazar iqtisadiyyatı üçün maliyyə sahibkarlığı iqtisadi orqanizmin “əsəb mərkəzi” rolunu oynayır. Müasir maliyyə sahibkarlığı sisteminin iştirakçıları - maliyyə vasitəçiləri müxtəlif maliyyə vəsaitlərinə arxalanaraq, iqtisadi problemlərin idarə edilməsi və ona xidmət göstərilməsi üzrə müxtəlif funksiyaları yerinə yetirirlər. Maliyyə sahibkarlığı fəaliyyətində alıcılar və satıcılar iştirak edirlər; onlar xüsusi əmtəə olan pulu alıb satırlar. Təsərrüfat subyektləri pulu artırmaq üçün onun ehtiyacı olan subyektlərə müəyyən şərtlərlə müəyyən müddətdə istifadə üçün verirlər.

Maliyyə əməliyyatlarına hansı nöqtəyi nəzərdən yanaşılmasından asılı olaraq maliyyə bazarının təsnifatının bir neçə üsulu tətbiq edilir. Qaytarılmaq prinsipi üzrə fəaliyyət göstərən maliyyə bazarının aşağıdakı növləri var: borc öhdəlikləri bazarı (istiqraz); mülkiyyət bazarı.

Borc öhdəlikləri bazarında pul müəyyən müddətə borc verilir. **Mülkiyyət bazarında** (məsələn səhm) isə qoyulmuş pula görə gəlir əldə etmək hüququ alınıb satılır. Bütün hallarda əməliyyatlar müəyyən sənədlərlə rəsmiləşdirilir. Adətən həmin sənədlər qiymətli kağızlar adlanır.

Qiymətli kağızların hərəkət xarakterinə görə maliyyə bazarı ilkin bazara və ikinci bazara bölünür. İlkin bazarda yeni buraxılan qiymətli kağızlar satılır və alınır. İkinci bazarda isə əvvəllər buraxılmış qiymətli kağızlar dövr edir.

Iqtisadiyyat üçün qiymətli kağızların ikinci bazarı çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu bazar vasitəsilə təsərrüfat subyektləri arasında maliyyə vəsaitlərinin sərbəst hərəkəti təmin edilir.

Pulun verilmə müddətinə görə maliyyə bazarları pul bazarına və kapital bazarına bölünür. **Pul bazarında** qısa müddətli (1 ilə qədər) öhtəliklər dövr edir. Əsasən bu, bankların və hökumətin xəzinə təəhhüdləridir. **Kapital bazarında** isə hökumət tərəfindən (o cümlədən yerli hakimiyyət orqanları tərəfindən) və şirkətlər tərəfindən buraxılmış uzunmüddətli təəhhüdlər (səhm və istiqras) dövr edir. Artıq bizə məlumdur ki, maliyyə sahibkarlığının əsas fəaliyyət sahəsi kommersiya bankları və fond birjalıdır.

Kommersiya bankları. Kommersiya bankları səhmdar tipli maliyyə kredit təşkilatları olub, ödənişlər hesabına pul qoyuluşlarının (depozitlərin) qəbulunu və müştərilərin tapşırığı ilə digər hesabi əməliyyatları həyata keçirən əsasən kommersiya təşkilatlarıdır. Kommersiya banklarının gəlir mənbəyi depozitlərin (cəlb edilmiş) və borc vəsaitlərinin faiz stavkalarının fərqi ilə əmələ gələn pul toplusudur.

Kommersiya banklarının əməliyyatları üç qrupa bölünür: **passiv** (cəlb olunmuş vəsait); **aktiv** (vəsaitlərin yerləşdirilməsi); **komissiyon-əlaqələndirici** (müəyyən rüsum ödəməklə müştərilərin sifarişilə müxtəlif əməliyyatların yerinə yetirilməsi).

Hər bir firmanın aktivində adətən fiziki kapitaldan başqa, qiymətli kağızlar da olur ki, bu da olan kapital hesab olurur. Əgər firmanın maliyyə vəsaitləri çatışmırsa, onda firma məhz ikinci bazarda həmin qiymətli kağızların müəyyən hissəsini satıb pula çevirir və öz ehtiyacını təmin edir. Əgər həmin qiymətli kağız firmanın aktivində göstərilən məbləğə satılmışsa, onda onun kapitalının həcmi dəyişmir. Əgər firma özünün fiziki kapitalını artırmaq istəyirsə, onda o, bunun öz qiymətli kağızını buraxmaqla ödəyə bilər. Deməli, ilkin bazar kapitalın artımını və yeni investisiya mənbələrinin səmərəli bölgüsünü təmin edir, ikinci bazar isə maliyyə vəsaitlərini çevik yerdəyişməsinin, investisiya şəbəkəsinin səmərəli

quruluşunu, iqtisadiyyatda struktur dəyişikliklərini çox asanlıqla təmin edir. İlk bazar əsasən geniş yayılmış maliyyə brokerləri və dillerləri vasitəsilə, ikinci bazar isə adətən fond birjalrı, habelə broker və diller şəbəkəsinin qiymətli qağızların yenidən satışı ilə məşğul olan hissəsi vasitəsilə fəaliyyət göstərir. Bütün hallarda maliyyə bazarında yalnız peşakarlar fəaliyyət göstərilər.

Brokerlər adi vasitəçilərdir. Onlar alıcı və satıcıyı görüşdürür və sövdələşməni rəsmiləşdirir. Broker vasitəçiliyə görə sövdələşmənin məbləğindən müəyyən faiz alır. Bu faizin həcmi sövdələşmənin məbləği artdıqca azalır.

Dillerlər adətən qiymətli qağızları mülkiyyət kimi alır və sonra onu yenidən satırlar. Təsərrüfat subyektlərinin qiymətli qağızlara tələb və təklifinə tez reaksiya vermək üçün dillerlər, adətən, xeyli qiymətli qağız ehtiyatına malik olurlar və onu öz adlarından satırlar. Dillerlərin gəliri qiymətli qağızların alış qiyməti ilə satış qiyməti arasındakı fərq hesabına