

## Mövzu 2. Ticarətin funksiya və növləri

Ticarətin mahiyyəti və onun vəzifəsi funksiyalar vasitəsilə həyata ke-çirilir. Ticarətin iqtisadi funksiyalarını əsas 2 bloka bölmək olar:

- a) İstehsalçılara göstərilən xidmətə görə
- b) İstehlakçılara göstərilən xidmətə görə

### Ticarətin istehsalçılara göstərilən xidmətə yönəlmiş funksiyaları

İstehsalçıları istehlakçı kütləsi ilə iqtisadi münasibətlərə daxil olmaqzərurətindən azad edir;

İstehsal prosesinin planlaşdırılması və proqnozlaşdırılması prosesiniyüngülləşdirir;

İstehsal və istehlak ritminin sinxronlaşdırılmasını təmin edən ticarətehtiyatlarının qorunması;

Kredit riskinin azaldılması;

Həyata keçirilmə funksiyasının yüngülləşdirilməsi;

Uyğun məhsul növlərinin istehsalının artmasına əhəmiyyətli dərəcə-də kömək edən marketinqin stimullaşdırılması;

Rəqəbin dəstəklənməsi, provayderlərin müqayisəsi və seçimi;

Bazar haqqında məlumatların təqdimi, xüsusilə istehsalçıların istehlakçıların tələbləri ilə bağlı məlumatlandırılması

Yeni məhsullar bazarının təşkili.

Ticarətin istehlakçılara göstərilən xidmətə əsaslanan funksiyaları:

Yaradılmış maddi faydaların genişləndirilməsi və onların istehlakçılara çatdırılması;

Ehtiyacların qiymətləndirilməsi və tələbin

proqnozlaşdırılması; Çeşidin formalaşdırılması;

Böyük məhsul partiyalarının xırdalara

bölünməsi; Ehtiyatların qorunması;

məhsulların çatdırılması; Məhsul formasında

kreditin təqdim olunması;

Bu və ya digər məhsulun istehlakçılar tərəfindən seçilməsinə təsir göstərən reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsi;

Bazar haqqında məlumatın təqdim edilməsi.

Xarici ticarət bir ölkə məhsullarının digər ölkələrlə dövriyyəsi mənasına gəlir. Müxtəlif ölkələrin öz aralarında ticarəti kompleks şəkildə beynəlxalq ticarəti yaradır.

Daxili ticarət məhsulların bir ölkə daxilində dövriyyəsinə təqdim edir. Bir ölkə çərçivəsində ticarət ümumi zəruri funksiyaları həyata keçirir – məhsulların istehlakçıdan istehsalçıya çatdırılması. Daxili ticarət öz növbəsində topdan və pərakəndə ticarətə bölünür. Bundan başqa, məhsulların vasitəçinin köməyi ilə realizə olunduğu komission ticarəti də ticarətdə paylanma kanallarından biri saymaq olar.

Ticarətin növləri Daxili ticarət Xarici

ticarət Pərakəndə satış.

1. Stasionar (maqazın) ticarəti
2. Poçt ticarəti
3. Yol ticarəti

Topdan satış

1. Alış ticarəti
2. İstehsal əlaqələri üzrə satış
3. Paylanma ticarəti

Bazar və birja ticarəti (təşkilatlanmış bazarlar)

Xarici ticarət 1. İxracat ticarəti, 2. Tranzit ticarəti, 3. İdxalat ticarəti.

Satışın idarə edilməsində ticarətin funksiyaları və növləri

Giriş

Satışın idarə edilməsi – müəssisənin məhsullarını bazara çıxarmaq, onları

alıcılara təqdim etmək və gəlir əldə etmək məqsədilə həyata keçirdiyi planlaşdırma, təşkilat və nəzarət fəaliyyətidir. Bu prosesdə ticarətin funksiyaları və növləri xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Ticarət satış idarəçiliyinin əsas dayaq nöqtəsidir və bazarda rəqabət üstünlüyü qazanmaq üçün düzgün istiqamətləndirilməlidir.

#### I. Satışın idarə edilməsində ticarətin funksiyaları

Mübadilə funksiyası – Satış prosesi istehsalçı ilə alıcı arasında alqı-satqını təmin edir.

Paylayıcı funksiyası – Məhsullar bazarda tələbə uyğun paylanır.

Qiymət tənzimləmə funksiyası – Satış menecerləri bazar vəziyyətinə əsaslanaraq optimal qiymət strategiyasını seçirlər.

İstehlakçıya xidmət funksiyası – Satış idarəçiliyi yalnız məhsul satmaqla kifayətlənmir, həm də alıcıya əlavə xidmətlər göstərir.

İstehsal ilə istehlak arasında vasitəçilik – Məhsul istehsalçılardan bazarlara çıxarılaraq alıcılara təqdim olunur.

İqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi – Müəssisə satış fəaliyyətini genişləndirərək yeni bazarlara daxil olur.

Keyfiyyət və çeşidə nəzarət – Satış prosesində məhsulun keyfiyyəti və çeşidi izlənilir.

#### II. Satışın idarə edilməsində ticarətin növləri

Mülkiyyət formasına görə

Dövlət satış müəssisələri

Özəl şirkətlər

Korporativ birliklər

Coğrafi əhatəsinə görə

Daxili satış – məhsullar ölkə daxilində bazara çıxarılır.

Xarici satış – məhsullar xarici bazarlara təqdim edilir.

Xarici ticarətin satış formaları

İxrac – məhsulun xarici bazarlara satışı.

İdxal – xarici malların daxili bazarda satışı.

Reeksport – alınan məhsulun başqa bazarlara ötürülməsi.

Malların hərəkətinə görə

Topdansatış – iri partiyalarla satış, əsasən vasitəçilərə.

Pərakəndə satış – məhsulun birbaşa son istehlakçıya çatdırılması.

Forma və üsuluna görə

Ənənəvi satış (mağaza, bazar, satış məntəqələri).

Elektron satış (onlayn platformalar, e-commerce).

Nəticə

Satışın idarə edilməsində ticarətin funksiyaları – istehsalçı ilə istehlakçı arasında səmərəli əlaqə yaratmaq, məhsulun bazarda düzgün paylanmasını təmin etmək, qiymət və keyfiyyət balansını qorumaqdır. Ticarətin növləri isə satışın təşkilində müxtəlif bazar şəraitinə uyğunlaşmağa, rəqabət üstünlüyü

qazanmağa imkan verir.