

Mövzu 3.İstehlak bazarının formalaşmasında ticarətin rolu

Ticarət – hər bir ölkə iqtisadiyyatının mühüm tərkib hissəsidir. Qədim dövrlərdən ticarət yolları ölkə və şəhərləri birləşdirmiş, müxtəlif xalqların mədəniyyət, elm və mütərəqqi ideyalarını yaxınlaşdırmışdır. Məhz ticarət sahəsinin şirkətləri xidmətlər infrastrukturunun inkişafını təmin edir, onun sonrakı inkişafı üçün əlverişli şərtlərin yaradılmasına əhəmiyyətli töhfə verir.

Ticarət – həm onda məşğul olan insanların sayı, həm də fəaliyyət həcmi və ümumi iqtisadi potensialda sərmayə baxımından hər bir ölkə iqtisadiyyatının iri sahələrindən biridir.

Ticarət erasının kökləri qədim keçmişə gedib çıxır. Nəqliyyat məlumatlarının inkişafı nəticəsində ticarətə həm təbii, həm də insan tərəfindən yaradılmış müxtəlif resurslu təcrüd olunmuş daha çox regionlar cəlb olundu. İqtisadiyyatın yeni sahələrinin istehsalı inkişaf etdikcə və unikal texnologiya və məhsulların meydana gəlməsi ilə ayrı-ayrı regionlar arasındakı diferensasiya qaçılmaz şəkildə qüvvətlənirdi. Təbii resursların təminatındaki müxtəliflik, məhsulun region daxilinə gətirilmə imkanının olmaması, o cümlədən insanın şəxsi istehlakı üçün ayrıca götürülmə “kənarda” istifadə məqsədilə resursların əldə edilməsi zərurətini doğurdu. Aydındır ki, resursu qanuni yolla pulsuz əldə etmək mümkün deyil, buna görə də resursların pulla əldə olunması ticarət məfhumunun yaranmasını təmin etdi, əldə olunmuş resurslar əmtəə adlanmağa başladı.

Dünya ticarət bazarının formalaşması üçün şərait nəqliyyatın texniki və elmi tərəqqisini təmin etdi, bununla da ticarət münasibətlərinə uyğun olaraq dünyanı vahid iqtisadi məkana çevirdilər. Ticarət – resursların istehsalçısı, əmtəə, istehlakçı-alıcı arasında zəncivarı əlaqədir ki, “pul-əmtəə-pul” transformasiya istehsal zəncirini təmin edir.

İstehsalçı öz məhsulunu heç də həmişə son istehlakçıya çatdırmaqda həm fiziki, həm də iqtisadi imkana malik olmur. Eyni zamanda istehsalçılar sonrakı istehsal məqsədilə resursların istehlakçısına çevrilirlər, buna görə elə özləri alıcı olurlar və resurs - əmtəəni təkcə istehsalçıdan deyil, əksər hallarda ticarət topdansatış şəbəkəsi vasitəsilə əldə edirlər.

Ticarət istehsalın inkişafına mühüm təsir göstərir, belə ki, ölkənin iqtisadi və siyasi vəziyyətində hər hansı dəyişikliklərə daha səmərəli reak

siya göstərir. İqtisadiyyatın bir sahəsi olmaqla son istehlakçıya daha çox yaxınlıq sayəsində ticarət bir tərəfdən buraxılan məhsulun həcmi və çeşidi sahəsində istehsal prosesini tənzimləyir, digər tərəfdən istehlakçı arzu və imkanlarının strukturunu, həmçinin əhalinin yaşayış səviyyəsinin dinamikasını təhlil etməyə imkan verir. Xüsusilə, əmtəənin qiymətini ölkədə iqtisadi inkişaf və inflyasiya proseslərinin dinamikası əsasında mühakimə etmək olar.

Bundan əlavə, ticarət - əhalinin yüksək məşğulluq səviyyəsinin bir sahəsidir və çətin keçid dövründə istehsalın tənəzzülü və bir sıra şirkət və təşkilatların kütləvi bağlanması ilə əlaqədar işsiz qalmış əməkqabiliyyətli əhalinin böyük hissəsini işçi yerləri ilə təmin etmişdir. Bundan əlavə, təxminən yarım milyon fərdi sahibkarlar ticarətə cəlb olunmuşlar. Beləliklə, ticarət dövriyyəsi forması kimi ticarətin mahiyyətinin təhlili bazar iqtisadiyyatı sistemində onun yerini müəyyən etməyə imkan verir. Belə ki, ticarət istehsalı şəraitində istehsal və şəxsi istehlak arasında birbaşa əlaqə əmtəə-pul mübadiləsi və bazar vasitəsilə həyata keçirilir, ticarət isə istehsal prosesində əlaqələndirici bənd rolunu oynayır.

Ticarətin xarakterik xüsusiyyətləri arasında aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

1. Ticarət istehsal dövriyyəsinin bitməsi, əmtəənin son istehlakçıya realizə edilməsi (pərakəndə ticarət)
2. Ticari fəaliyyətin nəticələri ölkədə pul dövriyyəsinin vəziyyətini şərtləndirir.
3. Nağd pul vəsaitlərinin yığılması, nağd pul dövriyyəsi təşkilatının fəaliyyətdə olan norma və qaydalarına riayət olunmasına ciddi nəzarət təşkilatının zəruriliyi.
4. Məhsulun istehlakçıya çatdırılmasına qədər məhsulların realizəsi ilə bağlı əlavə xidmətlərin təqdimi
5. Yüksək iqtisadi adaptiv qabiliyyət.
6. Kapital dövriyyəsinin yüksək səviyyəsi, ticarət fəaliyyəti nəticələrinin vəsaitin dövriyyəsinin sürətindən asılılığı.
7. Belə istehsal prosesinin olmaması bitməmiş istehsal mühasibatından asılıdır.
8. Realizə olunan əmtəənin qiyməti və çeşidi əhəmiyyətli dərəcədə tələbin xarakterindən, xidmət göstərilən əhalinin ictimai- iqtisadi xüsusiyyətlərindən asılıdır.

9. Ticarət gəlirləri ilin fəslə, həftənin günü, sutkanın saatları, məsələn, yeni il bayramında tələbin aktivləşməsi ilə qiymətlərin artımı fonunda, mövsümi dəyişmələrə məruz qalır.
10. Maddi və pul resurslarının qorunması üçün ticarət təşkilatı işçilərinin fərdi məsuliyyəti.

Beləliklə, əsas diqqət istehsalçı və ticarət əməkdaşlığının aktivləşdirilməsinə, müasir stabilləşdirmə və iqtisadi artım şəraitində ticarət strukturları və alıcılar arasında iqtisadi əlaqələrin optimallaşdırılmasına verilməlidir. Ticarət dövriyyəsi sistemində ticarət açar xarakteri daşıyır və bütün əhalinin zəruri resurslarla təminatında istehsalçıdan istehlakçıya tranzit rolunu oynayır ki, ticarət sahəsində idarəetmənin mükəmməlliyinin əhəmiyyətini təsdiq edir.

Beləliklə, **iqtisadiyyatın aparıcı sahəsi kimi ticarətin rolu və mahiyyəti aşağıdakılara gətirib çıxarır:**

1. Ticarət dövriyyəsinin həcmi ölkənin ümumi iqtisadi inkişafının mühüm göstəricisi sayılır. Belə ki, məhsulların satışından sonra istehsalçıların itkiləri ödənilir və növbəti istehsal üçün əsas yaradılır.
2. Ticarət zamanı məhsullar ictimaiyyət tərəfindən ya qəbul olunur, ya da qəbul olunmur. İstehsalçılar məhsulun sonrakı buraxılışı üçün stimulu ya alırlar, ya da almırlar.
3. Ticarət dövriyyəsi əhalinin rifahını və onun yaşayış səviyyəsini xarakterizə edir (əhalinin maddi tələbatının 80%-i alınan məhsulların köməyi ilə təmin olunur).
4. Ticarət əmək bölgüsünün həyata keçirilməsində mühüm bənddir.
5. Ticarət əhalinin müxtəlif ictimai qruplarının, müxtəlif region və ölkələrin yaşayış səviyyəsini yaxınlaşdırmağa qadirdir.
6. Ticarət rasional pul dövriyyəsi qabiliyyətinə malikdir.
7. Ticarət vergilər ödəyicisidir və buna görə də dövlət gəlirlərinin formalaşdırılmasında iştirak edir.
8. Ticarət istehlak mənafeyini, onların kəmiyyətini müəyyən etməklə istehlak üsuluna təsir edərək xalq istehlakına aktiv təsir göstərir.
9. Ticarət ölkənin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasına fəal təsir göstərir.
10. Ticarət istehsal və istehlak sahəsində tərəqqini stimullaşdırır.

Son illərdə ticarət inteqrasiya proseslərinin gücləndirilməsi ilə xarakterizə olunur. İnteqrasiya edilmiş ticarət sistemlərinin formalaşması mərkəzləşmiş rəhbərlik effekti, iri kommertiya strukturu üstünlüyü ilə yüksək şəxsi təşəbbüs potensialı ilə ticarət fəaliyyətinin bazar təşkilatının elastikliyini birləşdirməyə imkan verir.

Öz mahiyyətinə görə inteqrasiya olunmuş ticarət sistemi iri və xırda sahibkarlıq arasında istehsal münasibətlərinin formasıdır.

İctimai münasibətdə inteqrasiya olunmuş ticarət sistemi iqtisadi əməkdaşlıq və istehlak bazarında xırda, orta və iri sahibkarlıq münasibətləri üzrə ictimai kompromisə nail olmağın səmərəli metodu kimi baxıla bilər.

Təşkilati planda inteqrasiya olunmuş ticarət sistemi müxtəlif ixtisaslı şirkətlərin könüllü müqaviləli şəkildə birləşməsi, sahibkarlıq vəzifələrinin müştərək həlli məqsədilə yaradılmış fəaliyyət sferasıdır.

İqtisadi münasibətdə inteqrasiya olunmuş ticarət sistemi iqtisadi risk və xərclərin minimallaşdırılması üçün ayrı-ayrı ticarət strukturlarının ticarət əməliyyatlarının tədrici konsentrasiyası formasında təzahür edir.

Hal-hazırda Rusiya ticarət praktikasında inteqrasiya olunmuş ticarət strukturlarının inkişafı üçün müəyyən imkanlar formalaşmaqda davam edir. İnteqrasiya proseslərinin daxili stimulyatorları ticarət fəaliyyəti infrastrukturunun inkişaf etməməsindən yaranan bazar qeyri-müəyyənliyi, peşə probleminin kəskinləşməsi, məhsulun istehlakçılara hərəkəti istiqamətində çoxsaylı ağırlaşmalardır.

Ticarət sahəsinin öz daxilində də inteqrasiyaya yönəlmiş güclü motivlər formalaşmışdır. Onların arasında həlledicisi rəqabətin güclənməsidir. Ölkənin istehlak bazarında inteqrasiya proseslərinin müasir inkişaf tendensiyalarının analizi onu göstərir ki, bu hərəkət tamamilə ənənəvi sxem üzrə baş verir – sadə tək-sənaye birliklərindən mürəkkəb kross-sənayeyə kimi iqtisadi münasibətlər sisteminin həm şaquli, həm də üfüqi realizəsi ilə. İnteqrasiya olunmuş ticarət proseslərinin xüsusiyyəti subsektoral ticarətin diktə etdiyi böyük keyfiyyət müxtəlifliyidir. Ticarətdə inteqrasiya prosesləri ticarət təşkilatları zənciri, ticarət strukturlarının kooperativ birlikləri, könüllü topdan-pərakəndə zəncir kimi birlik növlərinin yaranması fonunda baş verir.

Zəncirvari ticarət şəbəkəsi prinsipal planda könüllü birlik növü kimi ticarətin həm topdan, həm də pərakəndə əlaqələrində formalaşa bilər. Lakin daha çox xarakterik struktur baxımından onlar pərakəndə əlaqə üçün olmalıdırlar.

Bu birliyin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, nəhəng ticarət şirkəti öz şirkətlərinin zəncirvari şəbəkəsini yaradır və ya kiçik və orta ticarət strukturları ilə müqavilə bağlayır ki, onun əsasında sonuncular filial kimi baş şirkətin ticarət markası altında konkret ticarət bazarında müəyyən ticarət növlərinin realizəsinə hüquq qazanır (françayzing sistemi).

Ticarət strukturlarının kooperativ birliyi və ya assosiativ birliklər növü zəncirvari ticarət strukturunun mövqeyinin möhkəmləndirilməsində özünəməxus cavab kimi təzahür edir. Bu birliyin mahiyyəti əvvəlkindən onunla fərqlənir ki, kiçik və orta ticarət strukturları qrupu hansısa baş şirkətin məşhur ticarət markasından istifadə etmək hesabına özünün stabilliyini təmin etməyə çalışmır, əksinə istehlak bazarında kəskin rəqabət qabiliyyətli yeni ticarət qrupunun formalaşdırılmasına can atır.

Belə birliklərin işinin prinsipial xüsusiyyəti öz iqtisadi siyasətlərinin daha mühüm funksiyalarının yerinə yetirilməsinə razılaşıdırma və mərkəz- ləşdirməyə əsaslanmaqdır. Buna əsasən güman etmək olar ki, belə birliklər pərakəndə ticarətdə geniş şəkildə yayılır. Məhz bu ticarət sahəsində alıcı- lıq- marketinq siyasətinin razılaşdırılması və məhsul təchizatı funksiyasının mərkəzləşdirilməsi birliyin yaranması üçün əsas sayılır. Pərakəndə ticarət- də assosiativ birlik növünün yaranmasının daha perspektiv istiqaməti eyni iqtisadi inkişaf konsepsiyalı mağaza birlikləridir: qarışıq çeşidli və yüksək olmayan qiymətli mağazalar, xüsusi ticarət xidməti formaları ilə ixtisaslaşmış mağazalar, yeni ticarət xidmətləri təqdim edən universal mağazalar və s.