

DOI: <https://doi.org/10.36719/2706-6185/28/34-41>

**Xanım Göyüşova**  
Mingəçevir, Azərbaycan  
goyusovaxanim@gmail.com

## BİZNESİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ ƏMTƏƏ BAZARI

### Xülasə

Məqalənin məqsədi əmtəə bazarının formalaşması xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının infrastrukturunun formalaşması və inkişafının nəzəri-metodoloji məsələlərini araşdırmaq, bu sahədə mövcud təsərrüfatçılıq və dünya təcrübəsinin tədqiqi əsasında elmi cəhətdən əsaslandırılmış praktiki təkliflər işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. Burada istehsal və tələbat bacarığını, o cümlədən strateji imkanları təmin etmək üçün biznes strukturlarının fəaliyyətinin perspektiv yollarından bəhs edir. Biznesin idarəsində məhsulların və malların satışı əmtəə bazarının bir hissəsidir. Əmtəə bazarı biznes strukturlarının fəaliyyətini təhlil edir.

Tanıdığımız bir neçə alimlərin elmi əsərləri bu mövzuya həsr olunub. Ancaq çoxlu araşdırmaların olmasına baxmayaraq, əmtəə bazarının inkişafı problemləri kifayət qədər aydınlaşdırılmayıb, onun inkişafı modelləri və mexanizmləri üzərində işlənilməyib. Əmtəə bazarında topdan satış əlaqələrinin mühüm yeri onların əsas məqsədini öncədən müəyyən edir ki, bu da istehsalçılar ilə pərakəndə ticarət obyektləri və ya digər istehsalçılar arasında əmtəə bölgüsünün məqsədəuyğun sistemini təmin etməkdir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində əmtəə birjalarının biznesin idarəsində mühüm rolu vardır. Sənaye təyinatlı məhsulların təchizatında birbaşa satış payının artması hər şeydən əvvəl əmtəə bazarında məhsulların texniki səviyyəsinin yüksək olması, xüsusilə maşın və avadanlıqların sayının çoxalması ilə əlaqələndir.

*Açar sözlər: biznes, əmtəə bazarı, istehsalçı, ticarət, iqtisadiyyat, topdan satış*

**Khanım Goyushova**  
Azerbaijan, Mingachevir  
goyusovaxanim@gmail.com

## Commodity market in business management

### Abstract

The purpose of the article is to investigate the theoretical and methodological issues of the formation and development of the infrastructure of the agricultural products market, taking into account the characteristics of the formation of the commodity market, to develop scientifically based practical proposals based on the study of the current farming and world experience in this field. It talks about the prospective ways of business structures to ensure production and demand skills, as well as strategic opportunities. The sale of products and goods in business management is a part of the commodity market. Commodity market analyzes the activity of business structures.

The scientific works of several scientists we know are devoted to this topic, but despite many studies, the problems of commodity market development have not been sufficiently clarified, and the models and mechanisms of its development have not been worked out. The important place of wholesale relations in the commodity market predetermines their main purpose, which is to provide an appropriate system of commodity distribution between producers and retail trade facilities or other producers. In a market economy, commodity exchanges have an important role in business management. The increase in the share of direct sales in the supply of industrial products is primarily related to the high technical level of products in the commodity market, especially the increase in the number of machines and equipment.

*Keywords: business, commodity market, producer, trade, economy, wholesale*

## Giriş

Biznes prosesinin idarə edilməsinin əsası, təşkilati strukturu onun bütün resurslarını və risklərini rasionallaşdırmaqdır. Hər bir fərdi mövzu hər hansı bir iş prosesinin son məhsuluna təsir edən hesab olunur.

Biznes proseslərinə əsaslanan təşkilatın idarə edilməsi aşağıdakı üstünlükləri təmin edir:

➤ **Standartlaşdırma.** Eyni nəticəyə gətirib çıxaran bütün fəaliyyət növləri bir qrupa bölünür və ümumi strateji nəzarət standartlarına tabedir. Məsələn, kiçik müəssisələr üçün müştərilərlə qarşılıqlı əlaqə “Müştərilərin cəlb edilməsi və məhsulların satışı qaydası” sənədi ilə idarə olunan “Məhsul satışı” qrupuna ayrılır.

➤ **Təkmilləşdirmə.** Biznesin idarə edilməsinin təşkilati əsasları hər hansı bir iş prosesi üçün nəzarət dövrüyyəsindən istifadəni və fəaliyyətin müntəzəm olaraq təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutur.

➤ **Avtomatlaşdırma.** Kiçik biznesin səriştəli idarə edilməsi çox vaxt ixtisaslaşdırılmış informasiya sistemlərinin istifadəsini əhatə edir. Tipik olaraq, bunlara biznes proseslərinin vizual modelləşdirilməsi, simulyasiya modelləşdirilməsi, biznes proseslərinin icrası və performans monitorinqi üçün alətlər daxildir.

Əmtəə biznesi bəzi insanların düşündüyü kimi tez pul qazanmaq vasitəsi deyil. Hər hansı bir işdə olduğu kimi, biznes üçün də real gəlir əldə etməzdən əvvəl çox çalışmaq lazımdır. Məsələn, internetdə əmtəə biznesinin aparılmasının əsas üstünlüyü faktiki olaraq heç bir sərmayə qoymadan işləmək bacarığıdır.

Əmtəə bazarı təkcə əmtəə mübadiləsi sahəsi deyil, həm də iqtisadi fəaliyyətin müəyyən strukturudur. Əmtəə satmalı və emalatxana ilə alıcının cibi arasındakı vaxtı azaltmalı olan iqtisadi funksiyalar məcmusudur.

Əmtəə bazarını üç əsas komponentlə təsvir etmək olar:

1. təklif
2. qiymət
3. tələb

Deməli, məsələn, tələb, təklif və s. mexanizminin aspektləri sırf iqtisadi münasibətlər sistemi çərçivəsində qalır və qanunla tənzimlənmə bilər. Bu “Bazar” anlayışı sırf iqtisadi xarakter daşıyır (Həziyev, 2011: 103).

Təchizat məhsul bazarında satılan mallardır və onlar ümumiyyətlə dövlət daxilində mallar, ehtiyatlar və ya idxal ola bilər. Tələb, alıcının müəyyən bir məhsula olan ehtiyacı ilə birlikdə dövlətdəki insanların ödəmə qabiliyyətidir.

Qiymət, təxmin etdiyiniz kimi, əmtəə bazarının təklif etdiyi qiymətdir. Lakin “xərc” və “qiymət” fərqli şeylərdir və maliyyə dəyəri baxımından fərqlidirlər. Bu göstərici maliyyə dünyasında ən çox yayılmış qiymətli metalın - qızılın qiymətindən asılıdır.

Əmtəə bazarının səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün bütün digər amillərlə yanaşı bir sıra obyektiv şərtlərin (çoxnövlü mülkiyyət formaları, istehsal resursları) və müvafiq infrastrukturun olması tələb olunur. Müasir şəraitdə əmtəə bazarının infrastrukturunun sosial-iqtisadi mahiyyəti cəmiyyətin daim artan tələbatının ödənilməsində yerinə yetirdiyi vəzifələrdə və funksiyalarda özünü göstərir ki, bu da aşağıdakılardır:

- əmtəə bazarının subyektlərinin iqtisadi maraqlarının həyata keçirilməsinə kömək etmək;
- tərəfdaşların kommersiya-təsərrüfat münasibətlərini rəsmiləşdirmək;
- hüquqi, maliyyə, sığorta, nəzarət xidmətini təmin etmək;
- bazarın, istehlakçıların, rəqiblərin, vasitəçilərin, əmtəələrini öyrənmək.

Müasir yanaşma əsasında əmtəə bazarının əsas infrastruktur obyektləri iqtisadiyyatın dayanıqlı fəaliyyət göstərməsi və inkişafı, eləcə də müxtəlif növ resursların effektiv dövrüyyəsini təmin edir. İnfrastruktur alt sistemlərinin belə fərqləndirilməsi infrastrukturun iqtisadi dövrüyyədəki rolunu müəyyənləşdirən başlıca meyarları və infrastruktur fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini nəzərə almağa imkan verir.

Əmtəə bazarı konkret bir şeyin satış sahəsi kimi başa düşülür. Bazarın belə təsnifatının əsasını məhsulun maddi forması təşkil edir (Manafov).

Əmtəə bazarı bir çox xüsusiyyətlərə malikdir: məhsulun xüsusiyyətləri (məsələn, lazer printerlər bazarı), coğrafi sərhədlər (məsələn, Moskva bazarı), subyekt tərkibi, əmtəə resurslarının həcmi və s.

Əmtəə bazarının 2 növü vardır ki, bunlar da mütəşəkkil və qeyri-mütəşəkkil bazardır. Mütəşəkkil bazar, əsasən onu təşkil edən qurum tərəfindən formalaşdırılmış müəyyən qaydalara uyğun münasibətlər sferasıdır. Qeyri-mütəşəkkil olunmamış bazarlara bu meyara cavab verməyən bütün digər ticarət sahələri daxildir. Əmtəə bazarlarının təsnifatının bir çox müxtəlif əlamətləri var:

- **ərazi əhatəsinə görə:** Hər bir konkret araşdırmada bazar təhlili daxili, xarici və regional bazarlar çərçivəsində həyata keçirilir;

- **məhsulun son istifadəsinin xarakterinə görə:** (istehlak malları bazarları; sənaye malları bazarları və s.);

- **malların müəyyən istehlakçı qruplarının tələbatını ödəmək qabiliyyətinə görə:** (kişi və qadın geyimləri bazarı, həvəskar fotoqraflar, turistlər üçün mallar bazarı və s.);

- **malın istifadə müddətinə görə:** (davamlı mallar, orta istifadə, qısamüddətli).

### **Əmtəə bazarının tarixi.**

İlk kağız pullar eramızın 910-cu ilində Çində meydana çıxdı. Onlar paytaxtdakı bir tacirin əldə etdiyi gəliri hökumətə verdiyi qəbz idi. İlk banklarda saxlanılan sikkələr dövriyyədə olmadığından, onlar üçün yalnız qəbzlərdən istifadə olunduğundan bu qəbzlər pul rolunu oynamağa başladı (3).

Kağız əskinasların ilk buraxılışı 1718-ci ildə Fransada baş verib. Rusiyada kağız pullar ilk dəfə 1769-cu ildə II Yekaterina dövründə çap olunmağa başladı.

Əmtəəyə əsaslanan pul bazarları və əmtəə bazarlarının ilkin formada eramızdan əvvəl 4500-cü illərdə Şumerdə yarandığı güman edilir və eramızdan əvvəl 4000-ci ildə Şumerlər əvvəlcə gil qabda möhürlənmiş gil simvollarından, sonra gil lövhələrdən istifadə edirdilər.

Erkən sivilizasiyalar külçələrdən, nadir qabıqlardan və ya digər əşyalardan əmtəə pulu kimi istifadə edirdilər (Misir, Hindistan, Çin, Qərbi Asiya, Qədim Yunanıstan) eramızdan əvvəl 3000 - 1000-ci illər; Qızıl və gümüş bazarları klassik sivilizasiyalarda (Afina və s.) hələ eramızdan əvvəl XIII əsrdə inkişaf etmişdir. İlk pullar gümüş və qızıl külçələr şəklində meydana çıxdı.

Lidiyalılar eramızdan əvvəl VII əsrdə bu metallardan sikkələr zərb etməyə başladılar.

**X-XIII əsrlər.** Əmtəə bazarları iqtisadi resursların - əmtəə, əmək, torpaq və kapitalın bütün Avropada bölüşdürülməsi mexanizminə çevrilir.

### **Əmtəə bazarının strukturu:**

- mal və məhsul istehsalçıları;
- vasitəçilər (müstəqil və asılı);
- malların alıcıları (topdan alıcılar və pərakəndə alıcılar).

Əmtəə bazarının strukturunun kəmiyyət göstəriciləri bunlardır:

- müəyyən məhsul bazarında fəaliyyət göstərən satıcıların sayı;
- bu bazarda satıcılar tərəfindən tutulan səhmlər;
- bazar konsentrasiyası göstəriciləri.

### **Əmtəə bazarı infrastruktur:**

➤ əmtəə bazarının təşkilatçıları (əmtəə birjası, ticarət sistemi, yarmarka, sərgi kimi lisenziya almış təşkilatlar);

➤ əmtəə anbarları (universal və ixtisaslaşdırılmış), nəqliyyat terminalları, logistika və paylama mərkəzləri;

➤ qablaşdırma sənayesinin subyektləri;

➤ informasiya təminatı subyektləri;

➤ maliyyə-kredit altsisteminin subyektləri (kredit təşkilatları, mikromaliyyə təşkilatları, sığorta təşkilatları, lizinq şirkətləri və s.);

➤ nəqliyyat altsisteminin subyektləri (yükdaşıyanlar, nəqliyyat ekspeditorları).

### **Əmtəə bazarlarında dövlət tənzimlənməsi:**

➤ "Rusiya Federasiyasında ticarət fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin əsasları haqqında" 28 dekabr 2009-cu il tarixli 381-FZ nömrəli Federal Qanun (31 dekabr 2014-cü il tarixli dəyişikliklərlə);

➤ "Xarici ticarət fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin əsasları haqqında" 8 dekabr 2003-cü il tarixli, 164-FZ nömrəli Federal Qanun (13 iyul 2015-ci il tarixli dəyişikliklərlə).

Hər bir xüsusi araşdırmada bazar təhlili daxili (məcmu), bazar çərçivəsində həyata keçirilən xarici (qlobal) və regional (müəyyən ərazi bölmələr) şəkildə həyata keçirilir. Məhsulların satış bazarı malların satışının həyata keçirildiyi bazarın bir hissəsidir.

Əmtəə bazarında iş hərtərəfli informasiya dəstəyi tələb edir (4).

Sənaye təyinatlı məhsulların təchizatında birbaşa satışın payının artması hər şeydən əvvəl əmtəə bazarında məhsulların texniki səviyyəsinin yüksək olması, xüsusilə maşın və avadanlıqların sayının çoxalması ilə şərtlənir.

Əmtəə (topdan) bazarı biznes infrastrukturunun elementi kimi müxtəlif resellerlər tərəfindən təmsil olunur. Resellerlər, alqı-satqı qiymətlərindəki fərqdən komissiyalar vasitəsilə mənfəət əldə edən müxtəlif kommersiya firmalarıdır.

Təmiz vasitəçilik adətən digər işlərin başlanmasında başqalarına kömək etməyə yönəlmiş peşəkar şəkildə həyata keçirilən fəaliyyətlər kimi müəyyən edilir. Ticarət əməliyyatlarında bilavasitə iştirak edən xalis topdan satış vasitəçiləri və müəssisələri əmtəə dövriyyəsində topdan satış vasitəçi əlaqələri təşkil edirlər (Azərbaycan iqtisadiyyatı, 1998).

Əmtəə dövriyyəsi sistemində topdan satış vasitəçi əlaqələrinin xüsusi yeri onların əsas məqsədini əvvəlcədən müəyyən edir ki, bu da əmtəə istehsalçıları ilə pərakəndə ticarət müəssisələri və ya digər əmtəə istehsalçıları arasında əmtəə bölgüsünün rəşional sistemini təşkil etməkdir. Məhsul paylama sisteminin təşkili o halda məqsəduyğun sayılır ki, o, aşağıdakıları təmin etsin:

- genişlənən bazar tutumuna nisbətən malların son satışının maksimum həcmi;
- maksimum həcmi, yəni, əmtəə dövriyyəsinin bütün halqalarında əmtəə dövriyyəsinin sürəti;
- məhsul paylanmasının bütün halqalarında paylama xərclərinin minimum ümumi səviyyəsi.

Rəşional məhsul paylama sisteminin təşkili aşağıdakıların seçiminə əsaslanır:

- məhsulların daşınması üçün ən qısa istiqamətlər və marşrutlar;
- məhsulun paylanmasının rəşional formaları və əlaqələri;
- nəqliyyat vasitələrinin iqtisadi növləri.

Topdan satış vasitəçi əlaqələrin ehtiyacı və məhsulun paylanmasının xarakterini müəyyən edən ən vacib amillərin nəzərə alınması və qiymətləndirilməsi əsasında əldə edilir:

- istehsal amilləri, xüsusən ixtisaslaşma səviyyəsi və istehsalın ölkə üzrə vahid paylanması;
- malların daşınması şərtləri, xüsusilə onların çatdırılma üsulu və sürəti;
- pərakəndə ticarət imkanları, xüsusən pərakəndə ticarət müəssisələrinin tutumu, onların anbar və soyuducu çənlərinin olması;
- malların çeşidinin mürəkkəbliyi və fiziki-kimyəvi xassələri.

Bu amillərin nisbəti topdan satış vasitəçilərinin ehtiyacını müəyyən edir və əmtəə bazarlarında mövcud olan rəqabətin səviyyəsi onların tərəfdaşlarına təqdim etdikləri xidmətlər toplusunu formalaşdırır. "Rəqabət" dedikdə, eyni məhsulu istehsal edən şirkətlər arasındakı çəkişmə nəzərdə tutulur. Bazar iqtisadiyyatının əsas atributlarından biri olan rəqabət hər hansı bir fəaliyyət sahəsi üzrə ayrı-ayrı sahibkarlar, firmalar və müəssisələr arasındakı yarış, çəkişmə mexanizmi olaraq bazar strukturlarının öz alıcılarını tapmaq, əmtəələrini daha əlverişli şərtlərlə satmaq, nəticədə arzu etdikləri mənfəəti qazanmaq və daha çox gəlir gətirən sahələrə kapital qoymaq uğrunda apardıqları mübarizə formasıdır. Rəqabət anlayışı mürəkkəb, çoxməqsədli, çoxaspektli və dinamik anlayışdır.

Əmək bazarı münasibətləri şəraitində müəssisə özünün istehsal-təsərrüfat fəaliyyətini müstəqil həyata keçirir, istehsal etdiyi məhsulun reallaşdırılmasından alınan gəlirdən vergiləri və digər məcburi ödənişləri ödədikdən sonra sərəncamında qalan mənfəətdən istədiyi kimi istifadə edir. Bu zaman müəssisə mənfəətin alınması və ictimai tələbatın ödənilməsi məqsədlərinə nail olmağa çalışır. Klassik iqtisadi ədəbiyyatlarda, xüsusilə Adam Smitin əsərlərində «görünməz əl» termini işlədilir. Bu terminin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehsal müəssisəsi və malməndərən təşkilatlar öz şəxsi gəlirlərini (mənfəətini) artırmağa cəhd edərkən, eyni zamanda ictimai tələbatın ödənilməsinə xidmət edirlər. Ona görə də sivil bazar münasibətləri şəraitində

fəaliyyət göstərən hər bir sahibkarlıq subyekti sözügedən məqsədlərin ağıllı şəkildə əlaqələndirilməsinə ciddi diqqət yetirilməlidir (Biznesin təşkili və idarə edilməsi, 2011).

Bazarda alqı-satqı forması sövdələşmədir ki, bu zaman mal pula dəyişilir və əmtəə üzərindəki mülkiyyət hüququ satıcıdan alıcıya keçir. Bazarın xüsusi forması barterdir. Bu zaman mal pula yox, başqa bir mala dəyişilir. Satıcı və alıcı biribirinə və bütünlüklə cəmiyyətə münasibətdə müəyyən hüquq və öhdəliklərlə bazar tərəf-müqabilləridir. Onlar müxtəlif formada münasibətə girirlər ki, satıcı öz malını satıb mənfəət əldə etsin, alıcı isə öz tələbatını ödəsin.

Qeyd etmək lazımdır ki, biznes sahibkarların iqtisadi fəaliyyəti, onların daim artan həcmdə mənfəətin alınmasını və rentabellik səviyyəsinin yüksəldilməsini təmin etmək qabiliyyətidir. Bununla belə, bazar iqtisadiyyatı şəraitində biznesin inkişafı istehlak bazarını əmtəə və xidmətlərlə zənginləşdirir, iqtisadiyyatın struktur yeniləşməsinə fəallaşdırır, elmi-texniki nailiyyətlərin tətbiqini stimullaşdırır, istehsalın səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə yüksəldir.

Əmtəə bazarı statistikasının sahələri aşağıdakılardır:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarükü və saxlanması statistikasısı;
- istehsal vasitələrinin topdansatışı statistikasısı;
- istehlak mallarının topdan və pərakəndəsətışı statistikasısı;
- ictimai iaşə statistikasısı;
- xarici ticarət statistikasısı;
- xidmət statistikasısı.

Əmtəə bazarının tərkib hissəsi olan yeniliklər bazarı qeyri-müəyyənlik şəraitində yaranır, bazar iştirakçılarının qarşılıqlı münasibətlərinin spesifik mühitində innovasiya prosesinin xarakterindən asılı olaraq formalaşır. Yeniliklər bazarının normal fəaliyyəti, hər şeydən öncə, intellektual mülkiyyətdən düzgün istifadə olunmasını tələb edir. İntellektual mülkiyyət ağıl, zəka, zəhin mülkiyyəti deməkdir. Milli sərvət sayılan intellektual mülkiyyət əsasən dörd növə ayrılır: patent, ticarət markası, müəlliflik hüququ və sənaye sirləri. Bunların özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Məsələn, patent cəmiyyətdə ixtiraçılar, yaradıcı adamlar arasında müqavilə kimi səciiyələnilir; ticarət markası (nişanı) firmanın, şirkətin keyfiyyət rəmzidir, malın (xidmətlərin) mənbəyini və onun başqa əmtəələrdən fərqli cəhətləridir; müəlliflik hüququ isə orijinal müəlliflik işlərinə aiddir (Abbasov, 2011: 368).

Əmtəənin növündən və digər amillərdən asılı olaraq bir sıra elementlər lazımsız ola bilər və yaxud müəyyən bazarda əmtəənin irəlilədilməsi spesifikasından asılı olaraq başqa elementlər əlavə oluna bilər. Bu əsasən məmulatın istehsal təyinatlı olmasından və əmtəənin özünün xüsusiyyətlərindən asılıdır. Burada iki mümkün variant istisna olunmazdır.

- birinci ixracçı rolunu oynayan istehsalçı firma ilə alıcı arasında birbaşa əlaqə və yaxud əmtəənin vasitəçilərin köməyi ilə xarici istehlakçıya çatdırılması.

- ikinci variantda bu məsələ belə bir formada həyata keçirilə bilər: istehsalçı-ixracçı-idxalçı-topdan satış taciri-pərakəndə satış taciri-alıcı (İqtisadi nəzəriyyə, 1999).

İstehsalçı ilə istehlakçı arasında birbaşa əlaqə ya əmtəənin alıcıya bilavasitə çatdırılmasını, yaxud da istehsalçının satış şəbəkəsinin olmasını nəzərdə tutur. Birbaşa əlaqənin üstün cəhəti ondan ibarətdir ki, istehsalçı əmtəənin irəlilədilməsi prosesini bilavasitə idarə edir və alıcının tələbatlarının dəyişməsinə tez reaksiya verə bilər. Amma ölkədə çoxlu sayda kiçik istehlakçılar olduğu halda bu üsul rentabelli olmur, ona görə ki, onlara xidmət göstərmək üçün satış şəbəkələrinin yaradılmasına çəkilən xərclər gözlənilən satış həcmində münasibətdə az olur. Bununla yanaşı əmtəənin irəliləməsində firmanın xarici ölkədə hazır məhsul və ehtiyat hissələrinin saxlanması üçün anbarı, servis xidməti olan filialını (nümayəndəliyini) yaratması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu o halda daha böyük məna kəsb edir ki, belə filialın nəzarət paketi xarici firmada olmaqla yerli sahibkarlarla qarışıq səhmdar cəmiyyəti şəklində yaradılsın. Belə cəmiyyət həmin ölkədə qeydiyyatdan keçdiyinə görə yerli firmaların istifadə etdiyi bütün üstünlüklərə malik olur (Abbasov, 2011: 368).

Əmtəə bazarında rəqabətin statistik tədqiqi rəqabət mühitini öyrənmək, xüsusilə rəqib müəssisə (firma) haqqında informasiya toplanması və işlənməsi sistemini müəyyən etməkdən çox asılıdır. Əmtəə istehsal edən və satıcı kimi bazarda iştirak edən hər bir müəssisə (firma) eyniadlı və ya oxşar əmtəə ilə

bazara çıxan digər rəqib müəssisələrlə üzləşir. Bu müəssisələrin hər biri bazarda daha da çox əmtəə satmağa, lider olmağa çalışırlar. Bazarın vəziyyəti rəqabət mübarizəsinin nəticələri ilə təyin edilir.

Bazar rəqabəti qanunu istehsalda iqtisadi səmərəliliyə nail olmaq və mənfəət səviyyəsini maksimuma çatdırmaq üçün zəruri şərtləri təmin etdiyi üçün çox vacibdir. Bu qanunun təsiri ilə bahalı, eyni zamanda keyfiyyətsiz məhsullar da bazardan sıxışdırılır.

Mütəxəssislər inkişaf etmiş ölkələrdə topdan satış müəssisələrin öz müştərilərinə və istehsalçılarına təqdim etdiyi xidmətlərin böyük bir hissəsini qeyd edirlər. Bu müxtəliflik topdan satış vasitəçi xidmətləri bazarında artan rəqabət şəraitində əmtəə dövriyyəsinin uzun tarixi inkişafının nəticəsi idi (Qafarov, 2005: 524).

Topdan satış müəssisələrinin müştərilərə ən əhəmiyyətli xidmətləri bunlardır:

1) *malların alınması funksiyasının asanlaşdırılması*. Topdan satış müəssisələri bazarda mal tədarükünü yaxşı bilir və bununla da öz müştərilərini malların alınması üçün mənbələr və şərtlər axtarmaq ehtiyacından azad edir;

2) *malların autsorsinqi*. Topdan satış müəssisələrinin dar istehsal çeşidini konkret pərakəndə ticarət müəssisələrinin tələbatını nəzərə alan geniş çeşiddə mallara çevirmək imkanı var;

3) *inventarın saxlanması*. Topdan satış müəssisələri müştərilərini tam çeşiddə malların saxlanması zərurətindən azad etməklə, müştərilərin əsas və dövriyyə vəsaitlərinə ehtiyaclarını və malların saxlanması xərclərini azaldır;

4) *malların alıcıya çatdırılması*. Öz nəqliyyatı ilə çatdırılmanı ciddi şəkildə cədvəl üzrə və çox vaxt daha aşağı qiymətlərlə təşkil etməklə, topdan satış müəssisələri malların daşınması üçün ümumi xərcləri azaldır;

5) *kiçik və orta pərakəndə ticarət müəssisələri üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edən tədarük olunan malların ödənilməsi zamanı müştərilərə kredit verilməsi*;

6) *müştərilərə qiymətlər, bazar şərtləri və digər kommersiya məlumatları, o cümlədən son müştərilərə malların və xidmətlərin satışı ilə bağlı tövsiyələrin verilməsi*.

İnkişaf etmiş ölkələrin əmtəə bazarının infrastrukturunun formalaşması və təkmilləşdirilməsi təcrübəsi ilə yanaşı postsovet məkanına daxil olan ölkələrin də təcrübəsi maraqlıdır. Belə ki, Özbəkistanda 57 regional topdan satış ticarət bazaları və təşkilatları, 2 min maşın-traktor parkı, 1,5 mindən çox kiçik banklar xidmət edir. Fermerlərə verilən kredit resurslarına görə bank faizi 5 faizdən çox deyildir. Respublikada sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas istiqamətləri üzrə ekspert şuraları fəaliyyət göstərir. Taxıl, pambıq, nəqliyyat, su ehtiyatları üzrə şuralar yaradılmışdır (Şəkəraliyev, 2009: 245).

Əmtəə bazarının qapalı sektoru tərəflərin sırf kommersiya xarakterli olmayan münasibətlər vasitəsilə qarşılıqlı əlaqədə olduğu əmtəə bazarının hissəsidir. Qapalı əmtəə bazarı aşağıdakı seqmentlərə bölünür:

➤ şirkətdaxili tədarüklər iri inhisarın filialları, əsas və törəmə müəssisələri arasında ticarət dövriyyəsi ilə xarakterizə olunur;

➤ kooperasiya və ixtisaslaşma çərçivəsində iri inhisarların podratçısı kimi çıxış edən kiçik və orta müstəqil müəssisələrə subtəchizatlar;

➤ yardım proqramları və xüsusi hökumətlərarası sazişlər çərçivəsində malların tədarükü şəklində xüsusi ticarət;

➤ qarşılıqlı asılı olan ixrac əməliyyatlarını əhatə edən əks ticarət.

Əmtəə bazarının açıq sektoru kommersiya xarakterli əməliyyatlarla xarakterizə olunan seqmentlər məcmusudur. Açıq əmtəə bazarı aşağıdakı əsas seqmentlərlə təmsil olunur:

➤ 1-1,5 ilədək müddətə bağlanan qısamüddətli əməliyyatlar;

➤ topdan və pərakəndə ticarət;

➤ azad rəqabətə heç bir məhdudiyyətin olmadığı azad bazarda əməliyyatlar.

“Azad” əmtəə bazarı da öz növbəsində “spot” bazar, “qara bazar” və birja ticarətinə bölünür. Qeyd etmək lazımdır ki, uzunmüddətli kommersiya əməliyyatları əmtəə bazarının açıq və qapalı sektorları arasında aralıq mövqe tutur. Onlar sabit əmtəə münasibətləri (2 ildən 25 ilədək) ilə xarakterizə olunan və güzəştli iqtisadi müqavilələrin formaları ilə müəyyən edilən əmtəə mübadiləsi formasını təmsil edir, yəni, ticarət uzunmüddətli kommersiya müqavilələri əsasında aparılır.

Topdan satış ticarətin həyata keçirilməsində *əmtəə birjaları* mühüm rol oynayırlar. Əmtəə birjası satıcıları və alıcıları bir yerə toplamağa imkan verən təşkilati cəhətdən qanunlaşdırılmış daim fəaliyyətdə olan bazardır.

Əmtəə birjasında birgə istənilən qaydalara uyğun olaraq ticarət əməliyyatları aparmaq üçün kommersiya vasitəçiləri könüllü surətdə birləşirlər. Əmtəə birjasının məqsədi azad rəqabətin idarə olunması mexanizmini yaratmaq və onun köməyi ilə tələb və təklifin dəyişdirilməsini nəzərə almaqla real bazar qiymətlərini aşkara çıxarmaqdır.

Əmtəə birjası aşağıdakı əsas funksiyaları yerinə yetirir:

- ticarət sazişlərinin bağlanması üzrə vasitəçilik xidmətinin göstərilməsi;
- əmtəə ticarətinin qaydaya salınması, ticarət əməliyyatlarının tənzimlənməsi və ticarət mübadilələrinin həll edilməsi;
- qiymətlər, istehsalın vəziyyəti və qiymətə təsir edən digər amillər haqqında məlumatların toplanması və çap olunması.

Birjada ticarət real məhsulun göndərilməsi haqqında sazişlərlə, forvard (hücumçu) sazişlərlə, fyuçertərlə opsiyonlarla həyata keçirilir (Əliyev, 2010: 125).

Azərbaycan Respublikasında birjanın formalaşması əslində Nazirlər Kabinetinin 16 yanvar 1991-ci il 19 nömrəli qərarından sonra başlandı. Beləki, əvvəlcə məhdud məsuliyyətli cəmiyyət kimi təsis edilən Bakı birjası sonradan Respublika Əmtəə Birjası (RƏB) adlandırılmaqla 1994-cü ilin ortalarına qədər fəaliyyətini respublika prezidentinin müvafiq fərmanı ilə təsdiq edilmiş «Birja fəaliyyəti haqqında» müvəqqəti Əsasnaməyə uyğun olaraq həyata keçirirdi.

Hazırda isə RƏB-in fəaliyyəti 25 may 1994-cü ildən «Əmtəə birjası haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə tənzimlənir. Bazar iqtisadiyyatına keçidin ilk dövrlərində yaradılmış digər birjaların (Xalq Birjası, Aqrar-sənaye birjası, Xammal-əmtəə birjası və s.) isə əksəriyyəti öz fəaliyyətini dayandırır.

### Nəticə

Beləliklə, ölkəmizdə kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının infrastrukturunun formalaşması və inkişafı üçün uyğun şərait yaradılmasında infrastruktur elementlərinin səmərəli fəaliyyətini ləngidən amillər qalmaqdadır. Fikrimizcə, infrastruktur obyektlərinin kəmiyyət və keyfiyyətə təkmilləşməsi üçün koordinasiya və səlahiyyətlərin dəqiqləşdirilməsi, institusional islahatların daha da genişləndirilməsi prioritet istiqamət kimi seçilməlidir.

Bunu da nəzərə almaq lazımdır ki, haqqında danışdığımız məqalə mövzusu öz biznes fəaliyyətlərinə xas seçdiyi strategiyalar, izlədiyi yollar onu bugün ki gündə uğura daşımış olsada eyni strategiyaların gələcəkdə daima uğur qazandıracağına və həmçinin onlarda uğurlu olan strategiyaların başqa biznes fəaliyyətində də uğurlu olacağına təminat yoxdur. O baxımdan, hər hansı seçim zamanı öz biznes fəaliyyətinizə, mühitinizə, imkanlarınıza uyğun yolların seçilməsi və gələcəkyönümlü qarşılaşa biləcəyiniz problemlərə yenik düşməmək üçün daim alternativ strategiyalarınızın olması mütləqdir.

### Ədəbiyyat

1. Həziyev, V.Ə. (2011). Bazar infrastrukturunu və birja işinə nəzəri baxış. İqtisad Elmləri: Nəzəriyyə və praktika. Rüblük nəzəri və elmi-praktiki jurnal. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı. № 4, s.100-115.
2. Manafov, Q. Bazar iqtisadiyyatı nəzəriyyəsinə giriş.
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-tovarnogo-rynka>
4. <https://studfile.net/preview/9492765/page:19/>
5. Azərbaycan iqtisadiyyatı. (1998). Bakı.
6. Biznesin təşkili və idarə edilməsi. (2011). Bakı: ADİU-nun nəşriyyatı.
7. Biznesin əsasları. (2005). Prof. A.B.Abbasovun ümumi elmi redaktəsi ilə. Bakı: «Nurlan», 655 s.
8. İqtisadi nəzəriyyə. (1999). Dərslik. Bakı.
9. Abbasov, A. (2011). Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Dərslik. Bakı, 368 s.

10. Qafarov, Ş.S. (2005). Müasir iqtisadi sistem və qloballaşma (monoqrafiya). Bakı, 524 s.
11. Şəkərəliyev, A.Ş. (2009). Dövlətin iqtisadi siyasəti: reallıqlar və perspektivlər. Bakı: ADİU nəşriyyatı, 245 s.
12. Əliyev, M.Ə. (2010). Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Bakı, 125 s.

Göndərilib: 13.09.2023

Qəbul edilib: 04.10.2023