

Fazil Cəmil oğlu KƏRİMOV, i.f.d., dos.**Aidə Xeyrəddin qızı MƏMMƏDOVA**
Azərbaycan Texnologiya Universitetinin magistrantı**Anarə Anar qızı QÜRBƏTZADƏ**
Azərbaycan Texnologiya Universitetinin magistrantı**Əfsanə Vaqif qızı HƏSƏNOVA**
Azərbaycan Texnologiya Universitetinin əməkdaşı
E-mail: leqendav81@mail.ru

DAXİLİ İSTEHLAK BAZARINDA NƏZARƏT MEXANİZMLƏRİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə

Bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar ölkə iqtisadiyyatının liberallaşdırılması və struktur cəhətdən yenidən qurulması mərhələsində daxili bazarın formalaşması və inkişafı, gömrük siyasəti ilə bağlı problemlərin həll edilməsi mexanizmi sahəsində bir çox eyni və mürəkkəb problemlərin tədqiq edilib öyrənilməsi onlara həm tamamilə yeni nəzəri-metodoloji aspektlərdən və həm də müasir beynəlxalq standartlara uyğunlaşmaqda olan gömrük sisteminin qanun-qaydaları və tələbləri baxımından yanaşılmasını tələb edir. Yerli əmtəə istehsalçılarının müdafiəsi iki aspektdə çıxış edir: bir tərəfdən, iqtisadiyyatın struktur cəhətdən yenidən qurulmasına dəstək, məhsulların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və milli ixracın inkişafı üçün şəraitin yaradılması; digər tərəfdən milli əmtəə istehsalçılarının daxili bazarda xarici firmaların ədalətsiz rəqabətindən qorunması.

Açar sözlər: daxili bazar, istehlak, istehsal, əmək məhsulu, xarici ticarət.

Giriş

Bazar istehsalla istehlakın toqquşduğu məkandır. Qısaca qeyd etsək, bazar alıcı ilə satıcının iqtisadi münasibətlərini əhatə edən görüş sferasını təmin edir.

Məlumdur ki, insanlar yaşamaq, cəmiyyətdə mövqe tutmaq, inkişaf etmək üçün gündəlik olaraq müəyyən həcmdə müxtəlif əmtəə və xidmətlərdən istifadə etməlidir. Belə ki, cəmiyyətdə insanlar tərəfindən bu nemətlərin, xidmətlərin istehlakı daimi və fasiləsiz şəkildə vüsət aldığı kimi bunların yaradılması və istehsalı da daimi şəkildə təmin olunmalıdır. Tələbatların sonsuzluğu, iqtisadi ehtiyatların məhdudluğu şəraitində cəmiyyətə lazım olan bütün növ əmtəə və xidmətlərin istehsalının fasiləsiz şəkildə davam etməsi və bərpası təkrar istehsal adlanır.

Bu nöqtəyi nəzərdən qeyd edə bilərik ki, bazar - ictimai təkrar istehsal prosesində iqtisadi, eyni zamanda əmtəə-pul münasibətlərinin təzahür etdiyi mürəkkəb bir mexanizmdir, sosial iqtisadi kateqoriyadır.

Bazar əmək məhsulunun əmtəəyə çevrildiyi, ona görə də bu məhsulun başqasına satılmaqla verildiyi bir yerdir. Bazar təkrar istehsalın müəyyən mərhələsini ifadə edir, bunsuz ictimai təkrar istehsal mümkün ola bilməz. Bazar, həm də əmtəənin tədavüldə olduğu bir sahədir, buradan kənarlaşan məhsul tədavüldən də kənarlaşmış olur, öz əmtəəliliyini itirir. Burada əmtəə-pul münasibətləri vasitəsilə əmtəələrin alqı – satqı prosesi, yəni əmək məhsullarının mübadiləsi baş verir. Bazar ictimai əmək bölgüsünün öz mahiyyətini, həm də bu iki anlayışın bir-biri ilə ayrılmaz əlaqədə olduğunu təzahür etdirdiyi bir məkandır.

İctimai əmək bölgüsü isə, özünü tələb və təklif vasitəsilə təzahür etdirərək, eyni zamanda cəmiyyətdəki sosial cəhətdən olan bölgünü də əks etdirir. Buradan aydın olur ki, tələb və təklif müxtəlif aspektli sosial bölgülərin (əhali qrupları, ixtisaslar, əhali peşə qrupları və s.) olmasını nəzərdə tutur. Bu sosial qruplar cəmiyyətin ümumi gəlirini (öz sosial vəziyyətinə, ictimai istehsaldakı iştirakına və s. uyğun olaraq) öz aralarında bölüşdürür (bu isə maliyyə

münasibətlərini əmələ gətirir), öz istehlakı üçün sərf edirlər; istehlakçıların gəlirinə uyğun olaraq ödənilən bu tələbat hissəsi tələb əmələ gətirir ki, bu da bazarı, tələbin formalaşdığı, onun tələbatdan fərqli bir kateqoriya şəklində aldığı, onun təzahür forması olan bir sahə kimi qiymətləndirməyə əsas verir. Burada, eyni zamanda, yeni yaranmış və bazara daxil olmuş əmtəə, yeni tələbat və tələb də formalaşır.

Bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar ölkə iqtisadiyyatının liberallaşdırılması və struktur cəhətdən yenidən qurulması mərhələsində daxili bazarın formalaşması və inkişafı, gömrük siyasəti ilə bağlı problemlərin həll edilməsi mexanizmi sahəsində bir çox eyni və mürəkkəb problemlərin tədqiq edilib öyrənilməsi onlara həm tamamilə yeni nəzəri metodoloji aspektlərdən və həm də, ona müasir beynəlxalq standartlara uyğunlaşmaqda olan gömrük sisteminin qanun-qaydaları və tələbləri baxımından yanaşılmasını tələb edir.

Yerli əmtəə istehsalçılarının müdafiəsi iki aspektdə çıxış edir: bir tərəfdən, iqtisadiyyatın struktur cəhətdən yenidən qurulmasına dəstək və məhsulların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və milli ixracın inkişafı üçün şəraitin yaradılması; digər tərəfdən milli əmtəə istehsalçılarının daxili bazarda xarici firmaların ədalət-siz rəqabətindən qorunması.

Azərbaycan Respublikası milli əmtəə istehsalçılarının müdafiəsi üzrə tədbirlərin tətbiqinin məhdud təcrübəsinə malikdir, Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (ÜTT) normalarına uyğun proteksionist tədbirlərin tətbiqi imkanları, mexanizm və xüsusiyyətləri üzrə tədqiqat və işləmələrdə çatışmazlıqlar hiss olunur.

Azərbaycanın yerli əmtəə istehsalçılarına dövlət yardımı sisteminin təkmilləşdirilməsi bazar mexanizmlərinin formalaşması şəraitində baş verir. Bu, daxili bazarın formalaşması və gömrük sisteminin dövlət tənzimlənməsi prosesinin dinamikasını izləməyə, əsas meyillərini və problemlərini aşkara çıxarmağa, seçilmiş istiqamətlərinə dair tövsiyələr işləyib hazırlamağa və dəyişikliklər etməyə, habelə gömrük siyasətinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirməyə imkan verir.

Ən qısa zaman kəsiyində Azərbaycanın gömrük xidmətinin qabaqcıl ölkələrin gömrük sisteminin səviyyəsinə çatdırılması tələb olunur. Bunun üçün gömrük işinin təşkili və aparılması

üzrə beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla mövcud vəziyyətin dərin elmi təhlili vacibdir. Məhz, bütün bunlar ölkədə daxili bazarın formalaşmasında gömrük sistemi qarşısında duran problemlərin aradan qaldırılmasına, respublikada çevik və işlək gömrük siyasətinin reallaşdırılmasına imkan yaradar. Ona görə də, belə hesab edirik ki, Azərbaycanın daxili bazarının formalaşması və inkişafı problemlərinin tədqiqi, eləcə də gömrük siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətinə dair müvafiq təklif və tövsiyələrin işləyib hazırlanması xüsusilə aktualıq kəsb edir və mühüm elmi-nəzəri və təcrübəvi əhəmiyyətə malikdir.

Bazar münasibətləri şəraitində daxili bazarın formalaşmasının nəzəri-metodoloji əsaslarını, Azərbaycanda onun inkişaf meyillərini və xüsusiyyətlərini, habelə xarici ölkələrin təcrübəsini, eləcə də Azərbaycanın gömrük sistemində mövcud hüquqi və təşkilati-iqtisadi münasibətləri dərinlən öyrənilib ümumiləşdirmək əsasında gömrük siyasətinin daxili bazarın formalaşması və inkişafına təsirinin gücləndirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təkliflər işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. Qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələr nəzərdə tutulmuşdur:

- bazar münasibətləri şəraitində gömrük siyasətinin mahiyyətinin və məzmununun yeni nəzəri-metodoloji aspektlərdən öyrənilib aşkara çıxarılması;

- liberallaşma və proteksionizmin əsas xüsusiyyətlərinin, qarşılıqlı əlaqə və ziddiyyətlərinin tədqiqi;

- iqtisadi islahatların müxtəlif inkişaf mərhələlərində dövlətin gömrük siyasətinin formalaşması xüsusiyyətlərinin öyrənilib aşkara çıxarılması və onların elmi cəhətdən əsaslandırılması;

- bazar münasibətləri şəraitində daxili bazarın formalaşmasında ölkənin xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrinin rolu və yerinin öyrənilib aşkara çıxarılması;

- Azərbaycanda xarici iqtisadi fəaliyyətin gömrük-tarif tənzimlənməsinin müasir vəziyyəti və ona təsir edən amillərin təhlili və qiymətləndirilməsi;

- ölkənin daxili bazarının formalaşmasında gömrük siyasətindən istifadə mexanizminin təkmilləşdirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təkliflərin işləyib hazırlanması;

- gömrük islahatları şəraitində xarici iqtisadi fəaliyyət üzrə alternativ inkişaf proqramları arasında ən optimalının əsaslandırılaraq seçilməsi;

- beynəlxalq standartlara uyğun gömrük siyasətinin aparılması məqsədilə gömrük xidməti üzrə avtomatlaşdırılmış idarəetmə sisteminin inkişaf istiqamətlərinin və proqnozlaşdırılması modelinin işlənməsi.

Formalizasiya dövrünü keçən milli iqtisadiyyatda aparılan iqtisadi, hüquqi islahatlar, mülkiyyətin özəlləşdirilməsi və azad sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi istehlak bazarındaki mövcud vəziyyətə də öz təsirini göstərmişdir. Odur ki, milli iqtisadiyyatda (daxili bazarda) qiymətlər tələblə təklifin təsiri altında formalaşmaqla, azad rəqabət mühiti geniş vüsət almışdır. Məlumdur ki, mövcud istehlak bazarında tarazlığın təmin edilməsi və qiymətlərin səviyyəsinin sabitləşdirilməsi üçün əmtəə təklifinin həcmünün artırılması və əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin yüksəldilməsi labüddür. Əsası Ulu Öndər Heydər Əliyev tərəfindən qoyulan iqtisadi islahatlar kursu, keçid dövrünü yaşayan respublikamızda qısa müddət ərzində yerli iqtisadiyyatın dirçəlməsinə, iqtisadi böhranın qismən dayandırılmasına, böhranın mənfi nəticələrinin aradan qaldırılmasına və makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsinə əlverişli şərait yaratmışdır.

Məhz bütün bunların nəticəsidir ki, 1995-ci illə müqayisədə 2015-ci ildə ölkədə ümumi daxili məhsul istehsalı 27 dəfə, adambaşına məhsul istehsalı 20 dəfə, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı dəyər ifadəsində 6 dəfə, satışın bütün kanallarında pərakəndə əmtəə dövriyyəsi 14 dəfə artmışdır. Təbii ki, makroiqtisadi göstəricilərin səviyyəsinin yüksəlməsi əhalinin yaşayış səviyyəsinin, rifah halının da yüksəlməsinə təsirini göstərmişdir. Belə ki, müqayisə olunan dövrdə əhalinin gəlirləri 18,2 dəfə artaraq 39360,7 milyon manata, əhalinin xərcləri isə 11,9 dəfə artaraq 31267,8 milyon manata, iqtisadiyyatda məşğul olan işçilərin orta aylıq əmək haqqı 26 dəfə artaraq 444,45 manata çatmışdır.

Bazarın digər növ müxtəliflikləri ilə yanaşı, istehlak bazarı da özünə məxsus xüsusiyyətlərə malikdir. İqtisadiyyatda istehlak malları bazarının vacibliyini, aktuallığını izah edərkən ilk növbədə, onun sosial-iqtisadi mahiyyətini,

funksional təyinatını və təsnifat əlamətlərini araşdırmaq son dərəcə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İqtisadi ədəbiyyatlarda əmtəə-xidmətlər bazarı kimi də adlandırılan istehlak bazarında əhaliyə gündəlik tələbat məhsulları təklif edilir. Daha sonra bu tələb ödənilərək, reallaşdırılaraq istehlakçının (yaxud alıcının) mülkiyyətinə keçir. Alqısatqı prosesində vacib əhəmiyyətə malik gündəlik tələbat məhsullarının satışı istehsalçıları da stimullaşdırır. Bu isə nəticə olaraq konkret növ əmtəə-xidmətlərin istehsalının artımına və bu istehsalın optimallaşdırılmasına gətirib çıxarır. Təbii ki, istehlak bazarında alıcılar tərəfindən alınmayan məhsullar da az deyil. Belə olan halda onların istehsalı müəyyən zaman kəsiyində azalır, yaxud dayanır. İstənilən halda bu və ya digər gündəlik tələbat məhsulu istehsal edərək (təklifin bərpası) istehlakçıların tələbatlarını ödəmək bazarın əsas qanunauyğunluqlarındandır və bu da biznes strukturlarının gəlir əldə etməsinə əlverişli şərait yaradır.

İstehlak bazarı – bazar təsərrüfatı sisteminin son dərəcə vacib həlqələrindən hesab olunur və o, cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinin indikatoru fonunda tələbatların səmərəli, effektiv şəkildə ödənilməsinə istiqamətlənmiş mal və xidmət müraciətinin məkan, ərazi formasıdır. Bazar münasibətlərinin formalaşması üçün istehlak bazarına xüsusi əhəmiyyət vermək lazımdır. İstehlak bazarı bir - biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan elementləri əhatə etməklə, mürəkkəb kompleks bir sistemdir. Onun fəaliyyətinin genişlənməsi, hər şeydən əvvəl, qiymətqoyma sisteminin yenidən qurulması, məhsul dövriyyəsinin tənzimlənməsi və bazar strukturlarının formalaşması ilə xarakterizə olunur. İstehlak bazarı - qeyri-kommersiya xarakterli şəxsi istehlak üçün satın alınan əmtəə və xidmətlərin tədavülü sferasında yaranan iqtisadi münasibətlərin məcmusu hesab olunur. İstehlak bazarının tərkibində ərzaq malları bazarı və qeyri-ərzaq malları bazarı fərqləndirilir. İstehlak bazarı müəyyən iqtisadi münasibətlərin təzahür sferasıdır. Bu münasibətlər əsasən istehlak olunan əmtəə və xidmətlərin bölgüsü və yenidən bölgüsünü, eləcə də onun əhalinin pul gəlirlərinə mübadilə olunması vasitəsi ilə həyata keçirilməsini özündə təcəssüm etdirir. İstehlak bazarı, həmçinin istehsalçı və istehlakçı arasında, eləcə də

əmtənin (xidmətin) qiyməti və faydalılığı arasında yaranan münasibətlərin təzahür formasıdır. Burada söhbət, ilk növbədə bazar subyektlərinin iqtisadi mənafeələrinin ziddiyyətli xarakterindən gedir. Bu ziddiyyət alqı-satqı prosesində həll olunur və ona görə də, bazar istehsal sferası ilə istehlak sferası arasında mənafe uyğunluğunu təmin edən alət, vasitə kimi çıxış edir. İstehlak malları bazarı bir tərəfdən istehsalla bölgü, digər tərəfdən şəxsi istehlak arasında əlaqələndirici vasitə rolunu oynayır.

İstehlak bazarının tədqiq olunması üçün öncə istehlakçının özünün tələbini, onun psixologiyasını, hazırkı şəraitdə hansı əmtəə və xidmətlərə üstünlük verdiyini, məhsulların seçilməsi zamanı hansı sosial-psixoloji və iqtisadi amillərə əsaslandığını dəqiqləşdirmək lazımdır. Burada əsas məsələ istehlakçının seçimi nəzəriyyəsidir. İstehlakçı seçimi nəzəriyyəsi özünü istehlakçı davranışında göstərir. İstehlakçı davranışı – əmtəə və xidmətlərin alınması, istifadəsi (istehlakı) və onlardan “qurtulma” zamanı istehlakçıların yol verdiyi hərəkətlərin məcmusudur, özünü necə aparmasıdır.

İstehlak bazarı bir qayda olaraq iqtisadi, sosial, demoqrafik, təşkilati və hüquqi aspektləri özündə əks etdirir. İstehlak bazarının iqtisadi aspektləri daha çox dövlətin iqtisadi siyasətindən bilavasitə asılı olmaqla, istehsalın və təklifin səviyyəsinə təsir edən amilləri özündə birləşdirir. Bu zaman xarici iqtisadi əlaqələrin xarakteri, eləcə də, dövlətin tənzimləmə vasitələrinin spesifik xüsusiyyətləri də istehlak bazarına həlledici təsir göstərir. Burada iqtisadi siyasətin əsas prioritet istiqamətləri, istehsalın həcmi və quruluşu, ETT-in səviyyəsi, əhalinin gəlirləri, xərcləri, qiymətlərin ümumi səviyyəsi və s. əks olunur. İstehlak bazarının sosial aspektləri əhalinin alıcılıq qabiliyyətindən bilavasitə asılı olur. Burada cəmiyyətin sosial quruluşu, əhalinin həyat səviyyəsi, mədəniyyət səviyyəsi və digər milli xüsusiyyətlər xarakterizə olunur. İstehlak bazarının təşkilati aspektləri bazar infrastrukturalarının formalaşması və inkişafı ilə sıx bağlıdır. Bazar infrastrukturalarının inkişafı istər istehsalçıların və istərsə də istehlakçıların maraqlarının reallaşdırılmasında əhəmiyyətli və son dərəcə vacib rol oynayır. Bazar infrastruktur-u-bazarın normal

fəaliyyətini təmin edən fəaliyyət növləridir. Hüquqi aspektlər, adından da göründüyü kimi, istehlak bazarının tənzimlənməsinin qanunvericilik təminatını özündə əks etdirir və iqtisadiyyatın hüquqi tənzimlənməsi proseduraları ilə reqlamentləşdirilir.

Keçid iqtisadiyyatını keçən ölkələrin təcrübəsi sübut edir ki, istehlak bazarının normal, səmərəli fəaliyyətini poza ən mühüm aspektlərdən biri də inzibati və bürokratik maneələrin mövcud olmasıdır. Bu əngəllər mahiyyət etibarilə bazarın özünü tənzimləmə mexanizminə mənfi təsir göstərir. Eyni zamanda, kölgəli iqtisadiyyatın inkişafına da rəvac verir. Bütün bunlar son nəticədə dövlət büdcəsinə vergidən yayınmağa gətirib çıxarmaqla «çirkli pullar» probleminin aktuallaşmasını şərtləndirir. Bu, xüsusilə, istehlak məhsullarının mübadiləsi seqmentində özünü daha çox birüzə verir. Vurğulamaq istərdim ki, iqtisadiyyatda şəffaflığın təmin edilməsi və statistik uçotun düzgün qaydada həyata keçirilməsi bu problemin həllində önəmli vasitə, üsul hesab olunur. Təəssüflə qeyd etmək lazımdır ki, bir çox hallarda yeni yaradılmış sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi maarifləndirmə səviyyəsinin aşağı olması bu prosesə dolayı yolla da olsa mənfi təsir göstərir.

İstehlak bazarının formalaşması və inkişafı ölkənin beynəlxalq münasibətlər sisteminə inteqrasiyasının ən mühüm təzahürü kimi çıxış edir. Bütövlükdə götürüldükdə, hər hansı ölkədə istehlak bazarının formalaşması, azad rəqabət mühitinin inkişafı prosesi bazar təsərrüfatçılıq sisteminin təşəkkülünün ayrılmaz tərkib hissəsi olmaqla istər makro, istərsə də mikro iqtisadiyyatda baş verən transformasiya yönümlü dəyişikliklərdən asılıdır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, istehlak bazarında tarazlığın təmin edilməsi və qiymətlərin səviyyəsinin sabitləşdirilməsi ölkənin milli ərzaq təhlükəsizliyinin qorunmasının ən mühüm ilkin şərti kimi çıxış edir. Qeyd etmək lazımdır ki, istehlak bazarı bazarın mühüm tərkib hissəsi olmaqla yanaşı, eyni zamanda, özünəməxsus spesifik xüsusiyyətlərə də malikdir. Belə ki, istehlak bazarında bilavasitə əhalinin gündəlik tələbat məhsulları reallaşdırılır. Bu məhsullara isə xüsusilə ərzaq və yeyinti malları şamil edilir.

Real həqiqətdir ki, kənd təsərrüfatı əhalinin istehlak tələbatının təxminən $\frac{3}{4}$ hissəsinin

ödənilməsində mühüm rol oynayır. Odur ki, istehlak bazarında sabitliyin təmin edilməsi milli ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün əhəmiyyətli rola malikdir.

İstehlak bazarı əmtəə-pul münasibətlərinin mühüm tərkib hissəsi olan mübadilə sferasının reallaşdırılmasında əhəmiyyətli xüsusi çəkiyə malikdir. Məhz mübadilə sferası vasitəsilə respublikanın ərzaq kompleksinin təməl sahələrinin (kənd təsərrüfatı və emal sənayesi) və digər həlqələrinin istehsal vasitələri və əmək vasitələri (xammal, materiallar, avadanlıq, yanacaq və s.) qismində aralıq məhsullarına, ölkənin bir başa son hazır istehlak mallarına, bu kompleksə daxil olmayan istehsal sahələrinin xammala olan ehtiyacları ödənilir. İstehlak bazarı mübadilə sferası olmaqla yanaşı, əslində yeni istehsal münasibətləri şəraitində istehlak məhsullarının geniş təkrar istehsalı prosesinə də əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Başqa sözlə, istehlak bazarına yalnız birmənalı olaraq istehlak məhsullarının reallaşdırıldığı mübadilə sferası kimi yanaşılması olsa-olsa, məsələnin bir tərəfini xarakterizə edir. Daha doğrusu, yeni istehsal münasibətləri şəraitində mübadilə və reallaşdırma prosesləri istehlak bazarının yalnız görünən tərəfləri kimi xarakterizə olunmalıdır.

İstehlak bazarının ən mühüm göstəricisi əmtəə dövriyyəsi hesab edilir. Əmtəə-pul münasibətlərinin inkişaf etdiyi şəraitdə əmtəə tədavülü prosesi əmtəə dövriyyəsinin həcmimin artırılması ilə bilavasitə bağlıdır. Əmtəə dövriyyəsinin bir qayda olaraq üç forması fərqləndirilir ki, bunlar da aşağıdakılardır:

Pərakəndə əmtəə dövriyyəsi - əmtəələrin tədavül sferasından şəxsi istehlak sferasına hərəkətinin son mərhələsini, əmtəələrin əhaliyə satışını əks etdirir.

İaşə əmtəə dövriyyəsi - iaşə şəbəkələri vasitəsi ilə kulinariya məhsulları, xörəklər, yarım fabrikatlar, həmçinin aşpazlıq emalından keçməmiş digər əmtəələrin əhaliyə satışını əks etdirir.

Topdansatış əmtəə dövriyyəsi - əmtəələrin böyük həcmə, sonradan əhaliyə satmaq məqsədi ilə (emal edilmədən) bir müəssisədən digərinə satışını əks etdirir.

Topdansatış əmtəə dövriyyəsi istehsal vasitələri, kənd təsərrüfatı məhsulları və xalq istehlak mallarının topdansatış qiymətlərlə istehlak bazarında ümumi həcmi özündə əks etdirir.

Əgər topdansatış əmtəə dövriyyəsi tədavül prosesinin başlanğıc mərhələsi hesab edilirsə, pərakəndə əmtəə dövriyyəsi tədavül prosesinin sonuncu mərhələsini özündə ehtiva edir.

Pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin həyata keçirilməsi ilə istehlak bazarında istehlak mallarının tədavül prosesi başa çatır və əmtəələr tədavül xərclərindən şəxsi istehlak dairəsinə keçir. Pərakəndə əmtəə dövriyyəsi nəticəsində istehlak məhsullarının bilavasitə istehlakçılara çatdırılması baş verir.

Araşdırmalar bunu deməyə əsas verir ki, əmtəə dövriyyəsinin pərakəndə formada təşkili istehlak bazarının vacib, labüd göstəricisidir. Lakin onu birmənalı olaraq əhalinin şəxsi istehlakı ilə eyniləşdirmək real (düzgün) deyil. Məlumdur ki, pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin şəxsi istehlakın ümumi həcmində payı təxminən 83-85 faizdir. Əmtəə və xidmətlər bazarında pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin əmtəə satışı formaları aşağıdakılardır:

1. Pərakəndə ticarət şəbəkələri vasitəsilə əhaliyə istehlak məhsullarının satışı;
2. İctimai iaşə (ticarət) şəbəkələri vasitəsilə əhaliyə istehlak məhsullarının satışı;
3. Anbarlardan, tədarük məntəqələrindən bilavasitə şəxsi istehlak üçün əhaliyə istehlak məhsullarının satışı;
4. Dərman məhsullarının satışı;
5. Geyim əşyalarının satışı.

Əmtəə və xidmətlər bazarı istehlak mallarının əldə edilməsinə və xidmətlərə görə fərqlənilir. Bununla belə, bütün tədqiqat boyu istehlak bazarı əlamətlərinə görə, bazar münasibətləri sistemində onun məzmunu, yeri və rolu, təkrar istehsal prosesində satıcı və alıcının mövqeyi baxımından nəzərdən keçiriləcək. Bu cür yanaşma düşündürük ki, istehlak bazarının hərtərəfli nəzərdən keçirilməsini təmin etməlidir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə istehlak bazarlarının inkişafında, xüsusən məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsində dövlət və nəzarət orqanlarının rolu artır. Dövlət və ictimai nəzarət orqanları arasında Dövlət ticarət nəzarət müfəttişliyi, həmçinin istehlakçıların hüquqlarını müdafiə edən ictimai orqanlar mühüm rol oynaya bilərlər.

Ölkənin istehlak bazarının formalaşmasında daxili amillərlə yanaşı xarici amillərin rolu da böyükdür.

Azərbaycan dövlət müstəqilliyinin bərpasından sonra, bu müstəqilliyi yaşımaq və daha da möhkəmləndirmək gücünə malik olan bütöv iqtisadi sistemin, müstəqil milli iqtisadiyyatın yaradılması zərurəti ilə üzləşmişdir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, müasir dövrdə xarici iqtisadi əlaqələrə malik olmadan heç bir dövlət inkişaf edə bilməz. İndi hər bir ölkənin iqtisadi inkişafı dünya təsərrüfat sisteminə səmərəli şəkildə inteqrasiyasının təmin edilməsindən asılıdır. Bu, onunla izah edilir ki, dünyada baş verən köklü keyfiyyət dəyişiklikləri beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə inteqrasiya prosesini obyektiv zərurətə çevirmişdir.

Bazar iqtisadi sistemində istehlak bazarı mərkəzi yer tutur, çünki bazar sistemində tarazlığın pozulması daha çox istehlak bazarına mənfi təsir göstərir. Bu universal keyfiyyətinə görə o, ictimai istehlakın real hissəsini əks etdirən xüsusiyyətlərə malikdir. İstehlak bazarı bazarlar sistemində ilk və tamamlayıcı halqadır, bu onun başlıca xüsusiyyətidir.

Bazar münasibətlərinin formalaşmasının ilkin mərhələsində istehlak bazarına və istehsal vasitələri bazarına, eləcə də bazar infrastrukturalarının inkişaf etdirilməsinə xüsusi əhəmiyyət verilməsi vacibdir. Təhlil göstərir ki, dərinləşən qloballaşma şəraitində istehlak bazarının inkişafı bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqəyə və təsirə malik olan elementlərin məcmusunu özündə əks etdirməklə, kompleks sistem kimi fəaliyyət göstərir. Bazarın ən mühüm mexanizmini təşkil edən tələb və təklif, iqtisadiyyatda tənzimləyici funksiyalar yerinə yetirir ki, bu da son nəticədə istehsalın iqtisadi səmərəliliyinə öz təsirini göstərir. Xüsusilə istehlak bazarının funksiyalarının genişlənməsi, son nəticədə gündəlik tələbat məhsulları üzrə əmtəə dövriyyəsinin həcmnin artmasını şərtləndirir. Bu baxımdan istehlak bazarı iqtisadiyyatın bütün sahələrində, o cümlədən kənd təsərrüfatı və emal sənayesində geniş təkrar istehsalın ayrılmaz tərkib hissəsi kimi çıxış edir və bu sferada iqtisadi münasibətləri tənzimləyir.

İdxal ölkənin daxili bazarının formalaşmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İdxal sahəsindəki siyasət daxili iqtisadi siyasət ilə sıx əlaqədardır və ölkənin inkişafının ümumi strategiyasını əks etdirir. Təhlil göstərir ki, Azərbaycan Respublikasının idxal strukturunda qida və istehlak mallarının xüsusi çəkisi daha

böyükdür. İdxalın strukturunun təkmilləşdirilməsi üçün ölkənin ümumi iqtisadi durumunun yaxşılaşdırılması, eləcə də daxili istehsal və istehlak strukturunun inkişafı üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi son dərəcə vacibdir.

İstehlak malları bazarında müvazinətin təmin olunmasında istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətinin də əhəmiyyətli rolu var. Belə yanaşma onların gəlirləri ilə bağlıdır. Vurğulamaq lazımdır ki, daxili istehsal potensialının gücündən tam, effektiv, səmərəli istifadə olunması xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Bu bir yandan istehlak bazarında təklifin çoxalması, digər prizmadan isə yerli istehlakçıların gəlirlərinin yüksəlməsi ilə bağlıdır. Nəzərdən qaçırmaq olmaz ki, bir çox hallarda daxili istehsalın artırılması yeni kapital qoyuluşları əsasında istehsalın restrukturizasiyasını, mövcud istehsal müəssisələrinin texniki-texnoloji cəhətdən müasirləşdirilməsini, yeni istehsal müəssisələrinin yaradılmasını tələb edir ki, bunu da əksər hallarda daxili imkanlar hesabına realizasiya etmək mümkün olmur. Bazar iqtisadi sistemində bu problemi beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin köməyi ilə həll etmək mümkün hesab olunur.

Cəmiyyətin iqtisadi, sosial cəhətdən inkişafında bazarın rolu, əhəmiyyəti danılmazdır. Bazarın iqtisadiyyatda, bütövlükdə cəmiyyətdə yerinin və rolunun daha da dərinləşməsi, bizə onu deməyə əsas verir ki, onun inkişafının nəzəri əsasları daha geniş formada və obyektiv amillərlə müəyyənləşir.

Müasir mərhələdə Azərbaycan ixracı böyük inkişaf perspektivinə malik deyildir. Buradan da görüldüyü kimi, xarici ticarətin liberallaşdırılması, bizim fikrimizcə, milli iqtisadiyyatın müdafiə olunması amili kimi çıxış edir. Odur ki, xarici siyasətdə proteksionist və liberal istiqamətlərin müqayisə edilməsinə ehtiyac vardır. Xüsusilə də bu halda dünya təcrübəsindən faydalanmaq lazımdır. Belə ki, müasir dünyada heç bir ölkə mütləq azad ticarətlə məşğul olmur. İstənilən dövlət üçün onun qəbul olunmuş xarici ticarət siyasətinin milli modeli işlənilib hazırlanmışdır. Təbii ki, Azərbaycanın xarici ticarət siyasəti milli iqtisadiyyatın genişlənməsi və inkişafı, iqtisadi artımın daha da sürətləndirilməsi vasitələrindən biri kimi çıxış etməlidir. Milli iqtisadiyyatın müdafiəsi üçün idxal rüsumları və müdafiənin səmərəli formalarından istifadə etmək lazımdır.

Bundan başqa, ölkənin sənaye siyasəti konsepsiyasına və xarici ticarət siyasəti prinsiplərinə əsaslanmaqla Azərbaycanın ixrac strategiyası konsepsiyasını işləyib hazırlamağı məqsəduyğun hesab edirik. Azərbaycanın müasir xarici ticarətinin əmtəə strukturunu əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmək lazımdır. Prioritet ixrac müəssisələrini ayırmaq lazımdır, oxşar məhsulların idxalına isə yüksək tarif dərəcələri tətbiq olunmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Abbasov A.F. “İqtisadi təhlükəsizliyin əsasları”. Bakı, 2000, 185 c.

2. Allahverdiyev H.B. Qafarov K.S. Əhmədov Ə.M. “İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi”. Bakı, Nasir, 2002, 408 s.

3. Axundov Ş.Ə. Marketing. Dərslik. İkinci nəşr, I hissə. Bakı, 2003, 592 s.

4. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi, Bakı, Qanun, 2003.

5. Azərbaycan Respublikasının Gömrük tarifi haqqında Qanunu, Bakı, Qanun, 2004.

6. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2004-cü ildə fəaliyyəti haqqında hesabat. Bakı, 2005, 180 c.

7. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2005-ci ildə fəaliyyəti haqqında hesabat. Bakı, 2006, 144 c.

Фазиль Джамиль оглы КЕРИМОВ, к. э. н., доцент

Аида Хейреддин кызы МАММЕДОВА

Анара Анар кызы ГУРБЕТЗАДЕ

Афсана Вагиф кызы ГАСАНОВА

Азербайджанский Технологический Университет
E-mail: legendav81@mail.ru

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ КОНТРОЛЯ НА ВНУТРЕННЕМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Резюме

В связи с переходом к рыночным отношениям, в стадии либерализации и структурной перестройки экономики страны, формированием и развитием внутреннего рынка, механизмом решения проблем, связанных с таможенной политикой, изучением многих однотипных и сложных проблем изучались и изучаются, как с совершенно новых теоретических и методологических аспектов, так и к современным международным стандартам требует подхода с точки зрения законов и требований адаптируемой таможенной системы. Защита местных товаропроизводителей имеет два аспекта: с одной стороны, поддержка структурной перестройки экономики и повышение конкурентоспособности продукции и создание условий для развития национального экспорта; с другой стороны, защита национальных товаропроизводителей от недобросовестной конкуренции. иностранных фирм на внутреннем рынке.

Ключевые слова: внутренний рынок, потребление, производство, продукт труда, внешняя торговля.

Fazil Jamil KERIMOV, Ph.D., Associate Professor

Aida Kheyrraddin MAMMADOVA

Anare Anar GURBATZADE

Afsana Vagif HASANOVA

Azerbaijan University of Technology

E-mail legendav81@mail.ru

DIRECTIONS FOR IMPROVING CONTROL MECHANISMS IN THE INTERNAL CONSUMER MARKET

Summary

In connection with the transition to market relations, in the stage of liberalization and structural reconstruction of the country's economy, the formation and development of the internal market, the mechanism of solving problems related to customs policy, and the study of many similar and complex problems were studied and studied, both from completely new theoretical and methodological aspects, and also to modern international standards. requires an approach in terms of the laws and requirements of the customs system being adapted. The protection of local commodity producers has two aspects: on the one hand, supporting the structural restructuring of the economy and improving the competitiveness of products and creating conditions for the development of national exports; on the other hand, protecting national commodity producers from unfair competition of foreign firms in the domestic market.

Keywords: domestic market, consumption, production, labor product, foreign trade.