



Alican Bayramalı oğlu Abbasov

Bəhrüz Faiq oğlu Quliyev

UOT:338.47; JEL: R40.

İstehlak bazarında əmtənin hərəkəti sistemində bölüşdürücü logistika

Xülasə

Məqalədə istehlak bazarında əmtənin hərəkəti sistemində bölüşdürücü loqistikanın mahiyyəti və məzmunu açıqlanmış, onun yeri və rolunun müəyyənləşdirilməsi barədə müxtəlif elmi-nəzəri yanaşmalar nəzərdən keçirilmiş və müvafiq ümumiləşdirmələr edilmişdir. Bölüşdürücü loqistika hazır məhsulun istehsalı və təchizatının sahə, region və bazar xüsusiyyətlərinə adekvat xüsusi funksional sistemi reallaşdırır. Sənaye müəssisəsinin loqistika sistemini qurarkən əmtə axınlarının idarə olunması prosesində bazar konyunkturunun dəyişilməsi dinamikasının, əhalinin tədiyyə qabiliyyətinin, milli əmtə istehsalçılarının rəqabət qabiliyyətinin və idxalın rəqabətə təsirinin nəzərə alınmasına dair təkliflər verilmişdir.

***Açar sözlər:** əmtə hərəkəti, təchizat fəaliyyəti, nəqliyyat-anbar, bölüşdürücü loqistika, bazar konyunkturu, əhalinin tədiyyəqabiliyyət.*

Giriş

Müasir bazar iqtisadiyyatı əmtə istehsalçılarının istehlak bazarında maksimum çeviklik və mobillik nümayiş etdirmələrini tələb edir ki, bu da marketinq və loqistika alətlərinin aktiv tətbiqini nəzərdə tutur. İqtisadiyyatın real sektorunda bu tələbin praktiki reallaşdırılması sahələrin texnoloji və təşkilati konservatizm səbəbindən çətinləşir. Son illər loqistika elminin sürətlə inkişafı nəticəsində sahə, təkraristehsal və iqtisadi axınların əmtə xüsusiyyətlərini özündə əks etdirən bir sıra elmi-nəzəri istiqamətlər irəli sürülmüşdür. Bu istiqamətlər kommersiya loqistikası, ticarət loqistikası, bölüşdürücü loqistika, nəqliyyat-anbar loqistikası, əmtə hərəkətinin loqistikası və s. kateqoriyalarda öz əksini tapmışdır. Əmtənin bazara doğru hərəkəti sistemində müəssisənin təchizat fəaliyyətinin yeri və rolunu müəyyənləşdirən səciyyəvi əlamətləri ayırmaq lazımdır. Bunlara aiddir: birincisi, təchizat istehsalın vacib şərti və nəticəsi sayılır, tələb olunan həcmdə və keyfiyyətdə hazır məhsulları reallaşdırır. Bu mənada müəssisənin təchizat fəaliyyəti tədavül sferasında istehsal prosesinin davamıdır. İkincisi, təchizat fəaliyyəti ümumi əmtənin hərəkəti sisteminin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bir qayda oladaq, müəssisənin təchizat fəaliyyəti hazır məhsulların istehlak bazarına çatdırılmasını təmin etməlidir. O, istehsalçıdan istehlakçıyadək əmtə hərəkətinin bütün tsiklinə yayıla bilər. Üçüncüsü, əmtənin hərəkətinin idarə olunması sistemində müəssisənin təchizat fəaliyyəti istehlak bazarının ayrı-ayrı müstəqil subyektlərinin ilkin həlqəsinin aktivliyini artırır. Ona görə də təchizat fəaliyyəti hazır məhsulların istehlak bazarına çatdırılmasında konyunktur, inzibati və mühit dəyişikliklərinə çevik reaksiya verən üstün idarəedicisi, tənzimləyici və uyğunlaşdırıcı prosesdir. Bu baxımdan istehlak bazarına hazır məhsulların (əmtə və xidmətlərin) hərəkəti sistemində bölüşdürücü loqistikanın yeri və rolunun dəqiq müəyyənləşdirilməsi ilə bağlı problemlər xüsusi aktualıq kəsb edir və onların elmi tədqiqinə böyük ehtiyac vardır.

Bölüşdürücü loqistikanın mahiyyəti və xüsusiyyətləri

Bazar münasibətləri şəraitində sənaye müəssisəsinin təchizat fəaliyyətinin təşkilinin ən çox yayılmış effektiv forması bölüşdürücü loqistika hesab edilir. İqtisadi fənlər sistemində elmi-praktiki istiqamət olan bölüşdürücü loqistika istehsal biznesinin funksional menecmenti

©Alican Bayramalı oğlu Abbasov i.e.d.,prof., Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti. E-mail:alican.abbasov@gmail.com;
Bəhrüz Faiq oğlu Quliyev doktorant, Milli Aviasiya Akademiyası. E-mail:musayevferid017@gmail.com

©AMEA İqtisadiyyat İnstitutu

© www.economics.com.az



qismində çıxış edir. O, əsasən əmtəə istehsalçılarının iştirak etdikləri bazarlarda əmtəə və xidmətlərin tədavül sferasında iqtisadi axınların öyrənilməsinə yönəldilmiş müəyyən predmet və tanışlıq mövqeyilə məşqul olur.

Bazar münasibətləri şəraitində təchizatın təşkilinin təkmil forması olan bölüşdürücü lojistikanın açığıdakı xüsusiyyətləri vardır:

- Bölüşdürücü lojistikanın əsas təyinatı hazır məhsulların alış-satışı vasitəsilə əhalinin tədiyyə qabiliyyətli tələbini ödəmək üçün psixoloji və əlverişli şərait yaratmaqdan, yəni bazarda məhsulun ictimai tanınmasına nail olunmasının alqoritmini reallaşdırmaqdan ibarətdir. Kommersiya sazişinin həyata keçirilməsi variantları və formalarının seçilməsi hazır məhsulların təchizat sferasında təşkilati-texnoloji tədbirlərinin məzmununu müəyyənləşdirir və həmin məhsulların etibarlı tərəfdarlarının məqsədli seqmentlərinin möhkəmləndirilməsi və genişləndirilməsinə imkan yaradır, həmçinin dəyər formasının permanent prosesinin şərtlərini yerinə yetirir və sənaye kapitalının fasiləsiz təkraristehsalını təmin edir.
- Bölüşdürücü lojistika prosesində bazara təklif olunan hazır məhsulların faydalılığının bütün tərkib elementləri tamamilə aşkara çıxır. İstehsal və istehlakın məkan-zaman fərqliliyinin aradan qaldırılması tələb olunan əmtəənin vaxtını və yerini bölüşdürücü lojistika vasitəsilə müəyyənləşdirməyə imkan verir. Bundan əlavə, bölüşdürücü lojistika çərçivəsində əmtəənin keyfiyyəti və rəqabət qabiliyyəti yüksəlir, yəni məqsədli bazarın tələbinə əmtəənin uyğunlaşması prosesi tamamlanır. Ona görə də bölüşdürücü lojistikanı əmtəənin istehsalı və istehlakı şəraitinin dəyişilməsinin vaxtında və dəqiq uçota alınması nəticəsində tələb ilə təklif arasında disbalans yaradan əmtəə istehsalının aktiv agentı saymaq olar.
- Bölüşdürücü lojistikanın əsas funksiyalarından biri təchizat sferasında bazara hazır məhsulların aktiv hərəkətinə səmirlənmiş lojistik məqsədlər formasında strateji və uzunmüddətli təchizat alyansları yaratmaqdır. Bu hazır məhsulların bölüşdürülməsində lojistika zəncirinin həlqələrinin aktiv iştirakının iqtisadi motivasiyasını formalaşdırmağa və möhkəmləndirməyə imkan verən bəzi dəyərlərin, stimulların qəbulu və reallaşdırılmasını nəzərdə tutur.
- Bölüşdürücü lojistika hazır məhsulların təchizat sferasında ətraf mühitin neqativ təsirlərini neytrallaşdırmağa, yaxud azaltmağa xidmət edir. Bu zaman vasitəçi təşkilatların əməkdaşlığında, əmtəə kütləsinin operativ manevretmə imkanlarını nəzərə almaqla kifayət qədər əmtəə ehtiyatlarının toplanması və saxlanılmasında maraqlananların şəxsində xüsusi bufer zonasının yaradılması nəzərdə tutulur ki, bu da əmtəə mübadiləsinin qiymət, konyunktur və sair risklərini yumşalırmağa, yaxud aradan qaldırmağa imkan verir.
- Bölüşdürücü lojistika müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə, buraxılan məhsullara görə tam həcmdə pul vəsaitlərinin maksimum tezliklə qaytarılmasının təmin edilməsi istiqamətində konkret tədbirlərin həyata keçirilməsinə operativ nəzarəti nəzərdə tutur. Burada hazır məhsulların satıcı ilə alıcısı arasında hesablaşmaların ən effektiv sxemi hazırlanır və tətbiq edilir ki, bu da pul vəsaitlərinin dövriyyəsinin və onların əmtəə istehsalçılarına qaytarılmasının sürətlənməsinə səbəb olur.



- Konkrit istifadənin spesifik tələblərini nəzərə almaqla müəssisənin məhsul istehsal edən şəbəkəsinin təşkilati-texnoloji çevikliyinə təmin edilməsi bölüşdürücü loqistikanın vacib atributu sayılır. Bu mənada bölüşdürücü loqistika, xüsusilə istehsalın diversifikasiyası və əmtənin yeniləşdirilməsi şəraitində müəssisənin çeşid siyasətinin həyata keçirilməsinin mühüm amilidir, yəni əmtə istehsalçısının təchizat fəaliyyətinə uyğun olaraq sinerqetik effektin əldə edilməsi vasitəsidir.

Bölüşdürücü loqistika sistemləri və onların təsnifatı

Sənaye müəssisələrinin bölüşdürücü loqistikası funksional altsistemlərin məcmusundan ibarət bütöv bir sistemdir. Müasir təcrübədə mövcud olan altsistemlər optimal fəaliyyət rejimində hazır məhsulların vahid bölüşdürülməsi prosesində inteqrallaşmış ardıcıl reallaşdırılan təchizat səhmlərinin konfigurasiyasını yaradırlar. Bazar proqnozlaşdırılması və araşdırılması altsistemi konyunktur xarakterli ənənəvi marketinq araşdırılmasının analoqu deyil. Bölüşdürücü loqistika çərçivəsində axtarış səylərinin vektoru bazara hazır məhsulların hərəkətinin yeni təşkilati resurslarının axtarışına adekvatdır və əmtə hərəkətinin ən səmərəli təşkilati-texnoloji form və metodlarının aşkara çıxarılması istiqamətində yayılır. Əmtə mübadiləsinin təşkili altsistemi transaksion əməliyyatların bütün tsiklini həyata keçirir: əlaqələrin qurulması → danışıqların aparılması → təsərrüfat əlaqələrinin formalaşması → alış-satışın həyata keçirilməsi → müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinin monitorinqi. Bütövlükdə kommərsiya sazişinin icra texnologiyası əmtə mübadiləsi sferasında plana uyğunluq, müntəzəmlik, məqsədyönlük, informativlik və kommərsiya səhmlərinə nəzarətlik əsasında əmtə mübadiləsinin idarə olunmasının mövcud sistemində müəyyən qaydalara tabe olur. Bu əmtənin bütün həyat tsikli müddətində kommərsiya əlaqələrinin dayanıqlığının təmin edilməsi zamanı mümkündür və ona istehsalçıdan son ictehlakçıyaqəd hazır məhsulların hərəkəti yolunda nəqliyyat-anbar emalı texnologiyasının inteqrasiyası vasitəsilə nail olunur.

Hazır məhsulların (yüklərin) nəqliyyat-anbar emalı altsistemi bazara doğru əmtə hərəkətinin loqistik aktivliyini təşkil edir. Hazır məhsulların loqistik emal texnologiyası çərçivəsində əsas əməliyyatlar köməkçi əməliyyatlar arasında fərqlər silinir, bütün əməliyyatlar son nəticəyə çatmaq üçün eyni əhəmiyyət kəsb edirlər. Yalnız əmtə hərəkəti prosesinin ardıcıl həyata keçirilməsindəki müvəqqəti xarakter prioritet hesab edilir. Texnoloji inteqrasiya ticarət loqistikasının bütün firmadaxili inteqrasiyasının maddi əsasını təşkil edir. O, əsas loqistik əməliyyatların texniki-texnoloji qoşulmasını nəzərdə tutur. Texnoloji inteqrasiyasının mühüm prinsipləri unifikasiya və standartlaşdırma [5, s.127-128]. Bazarda əmtənin rəqabət qabiliyyətinin möhkəmləndirilməsi istiqamətlərdən biri onun differensiasiyasıdır, yəni çeşidin genişləndirilməsi hesabına məhsulların geniş rəngarəngliyinin təmin edilməsidir. Lakin differensiasiya imkanları tək-cə məhsulların çeşid-növ tərkibi ilə tükənmir, əhəmiyyətli potensial əmtə hərəkətinin müxtəlif mərhələlərində servis xidmətinin yaxşılaşdırılması imkanları da vardır. Bu bölüşdürücü loqistikada bilavasitə əmtə istehsalçısı tərəfindən, yaxud onun markası altında həyata keçirilir. İstehlakçıya etibarlı və keyfiyyətli servis xidmətinin göstərilməsi məhsulların cəlbediciliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır və bazarda onların uzunmüddətli rəqabət üstünlüyünü müəyyən edir.

Bölüşdürücü loqistika sistemləri birbaşa, eşalonlaşdırılmış və çevik loqistik sistemlərə ayrılırlar. Onların arasında prinsipal fərq istehsalçıdan ictehlakçıyaqəd əmtənin hərəkəti prosesində əmtə axınlarının keçmə (axma) xüsusiyyətlərindən ibarətdir. Hazır məhsulların bölüşdürülməsinin birbaşa loqistik sistemləri istehsalçı (satıcı) ilə ictehlakçı (alıcı) arasında bilavasitə əlaqələrin qurulmasını nəzərdə tutur. Onların arasında vasitəçi funksiyasını yerinə yetirən aralıq həlqə yoxdur. Hazır məhsulların bölüşdürülməsinin eşalonlaşdırılmış və çevik



loqistik sistemləri onların təchizatı üçün vasitəçi strukturların cəlb edilməsi əsasında formalaşırlar. Bu zaman bölüşdürücü və əmtənin hərəkəti loqistika zəncirinin iştirakçılarının qarşılıqlı fəaliyyətinin təşkilati-hüquqi formaları müxtəlif ola bilər. Onların başlıca fərqləri əmtənin hərəkəti prosesində çevikliyin mümkün həddi sayılır. Bu əmtəə istehsalçısı ilə vasitəçilər arasında təsərrüfat əlaqələrinin xarakteri və cəlb edilən kommertiya vasitəçilərinin tərkibi ilə müəyyən edilir. Hazır məhsulların bölüşdürülməsinin eşalonlaşdırılmış loqistik sistemlərində əmtəə istehsalçısı ilə istehlakçısı arasında birbaşa əlaqə imkanları olmur, halbuki çevik loqistik sistemləri əmtəə mübadiləsi sferasında istənilən təsərrüfat əlaqələrinin qurulmasını nəzərdə tutur.

Hazır məhsulların bölüşdürülməsi xarakterinə görə inteqrallaşmış, selektiv və eksklyuziv loqistika sistemləri fərqləndirilir. İnteqrallaşmış loqistika sistemləri müəssisə öz məhsullarını əmtəə hərəkətinin bütün mərhələlərində və məqsədli bazarlarda geniş təqdim etdiyi halda yaradılır. Hazır məhsulların bölüşdürülməsində dar məqsədli siyasətə zəruriyyət yarananda ya selektiv, ya da eksklyuziv loqistika sistemləri yaradılır. Birinci halda loqistika sisteminin elementləri arasında seçim və qarşılıqlı fəaliyyət əmtəə istehsalçısının məqsədli göstərişlərinin dinamikasından asılıdır; ikinci halda loqistika sisteminin formalaşması loqistika zəncirinin elementlərinin təşkilati-texnoloji uyğunluğu əsasında baş verir və uzunmüddətli əməkdaşlıq xarakteri daşıyır.

Hazır məhsullar inteqrallaşmış loqistika sistemindən eksklyuziv sistemə hərəkət etdikcə istehlakçını öz ticarət markasına cəlb etmək və möhkəmləndirmək zəruriyyəti yaranır. Bu mənada bölüşdürücü loqistika sistemləri istehlakçıya məhdud, müntəzəm və kompleks xidmət loqistika sistemlərinə ayrılır. Bölüşdürücü loqistika sistemləri təşkilati-hüquqi formasına görə üç növə ayrılır; müstəqil, firma və qarışıq. Müstəqil loqistika sistemlərində hazır məhsulların bölüşdürülməsi loqistika zəncirinin bütün iştirakçıları təşkilati, əmlak, iqtisadi və hüquqi cəhətdən sərbəstdirlər. Firma loqistika sistemlərinin yaradılması - kommertiya vasitəçilərinin təşkilati-hüquqi udulması formasında, yaxud əmtəə istehsalçılarının funksional diversifikasiyası formasında hazır məhsulun tədavül sferasında əmtəə istehsalçısının təsirinin yayılmasıdır. Hazır məhsulların bölüşdürülməsinin qarışıq loqistika sistemləri müstəqil və firma sistemlərinin sintezi nəticəsində qurulur. İstehlak bazarına əmtəə hərəkətinin xüsusiyyətləri və onda bölüşdürücü loqistikanın rolu həm əmtəə axının elementar vahidi, istehlak xassəsi və təyinatı kimi, həm də bazarda əmtəə-pul tədavülü obyektı kimi əmtəənin texniki-istismar xarakteristikaları ilə müəyyən edilir. Əgər birinci xassə əmtəənin hərəkəti sferasında loqistika əməliyyatlarının məzmununu müəyyənləşdirirsə, ikinci xassə əmtəənin hərəkəti mərhələləri üzrə bölüşdürücü loqistikanın iqtisadi cəhətdən məqsədyönlü yayılması sərhəddini müəyyənləşdirir [1, s.65]. Loqistik instrumentariya əsasında dinamik inkişaf edən bazar təsərrüfatı şəraitində əmtəə hərəkəti proseslərinə baxılması həm metodoloji, tədqiqat priyomlarının nisbi toplusu kimi, həm də onların bazasında qurulan nəzəri-tətbiqi modellər kimi maksimum çeviklik tələbi təqdim edir. Təsədüfi deyil ki, loqistika sahəsində tanınmış alimlər faydalı effektin vahidində resurs xərclərinin əhəmiyyətli və tezliklə azaldılmasına nail olmaq üçün firmanın iqtisadi axınlarının fundamental yenidən qurulması və radikal təşkilini həyata keçirən vasitə qismində "biznesin dindarlaşması" kateqoriyasını irəli sürürlər [8, s.208]. Bizim fikrimizcə, müəssisənin təchizat məsələlərinin tam çözülməsi, xüsusilə inteqrallaşmış loqistika sistemlərində yalnız marketinq, loqistika və menecmentin effektiv elementlərini birləşdikdə, sintez etdikdə mümkündür. Marketinq və loqistikanın sintezindən marketinq loqistikası yaranır.

Bölüşdürücü loqistika sisteminin formalaşması

Bölüşdürücü loqistikanın məzmunu və təşkilati formaları barədə müxtəlif fikirlər, baxışlar vardır. Marketinq və loqistika elmi məktəbin nümayəndələrinin müəssisənin təchizat



fəaliyyətinin məzmunu barədə bütün nöqtəyi-nəzərlərini üç əsas nəzəri-metodoloji baxışlar üzrə sistemləşdirmək olar:

- təchizat sistem kimi, yəni təşkilati, informasiya, texnoloji və iqtisadi vəhdətdə yerləşən morfoloji nizamlanmış və məqsədyönlü elementlərin məcmusudur [2, 3, 4];
- təchizat fəaliyyət kimi, yəni müəssisənin digər spesifik funksiyaları ilə sıx koordinasiya müntəzəm əsasda reallaşdırılan funksiyalar toplusudur [7];
- təchizat sahibkarın spesifik funksiyalarının təkamülünün çıxış nöqtəsi kimi, yəni tələb və rəqabətin artması şəraitində təchizat fəaliyyəti kimi baş verən hazır məhsul satışdır, nə vaxt o müxtəlif nəzəri-tətbiqi variasiyalarda (biznesin funksiyası, konsepsiya, fəlsəfə) marketing fəaliyyətinə transformasiya olunur [6, 7].

Loqistikanın prinsipləri əsasında yaradılan sistemlər müəssisənin təchizat fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin ən effektiv alətlərinə malikdir. Müəssisənin təchizat fəaliyyətində loqistika alətlərindən istifadə imkanları və zəruriyyət iqtisadçı alimlər tərəfindən sübut edilmişdir. V.N.Staxanovun nöqtəyi-nəzərincə, marketing və loqistikanın bazara səmtlənmiş sahibkarlığına istehsalın rəqabət qabiliyyəti və səmərəliyinin yüksəldilməsinin ən məhsuldar aləti kimi baxılır [9, s.10]. İqtisadi ədəbiyyatda "təchizatın loqistika sistemi" kateqoriyası yoxdur. Loqistika mövzusunda həsr edilmiş elmi əsərlərdə "bölüşdürücü loqistika sistemi", "təchizat loqistika sistemi" terminləri işlədilir və təhlil olunur. Loqistikaya aid dərslər və dərslər vəsaitlərində sözügedən anlayışlar faktiki eyniləşdirilir və sinonim kimi işlədilir. Təchizat loqistikası, yaxud bölüşdürücü loqistika ümumi loqistika sisteminin ayrılmaz tərkib hissələri olmaqla hazır məhsulların bölüşdürülməsinin daha effektiv təşkilini təmin edir. O, bölüşdürücü sistemin bütün zəncirini; marketing, daşınma, anbar və s. əhatə edir [4, s.183]. "Təchizat loqistikası" terminin həddindən ziyadə traktovkasının genişləndirilməsi ona xas olmayan (marketing araşdırılması, yeni əmtənin hazırlanması və s.) funksional sferaya soxulmasına gətirib çıxarır. Bizim fikrimizə, loqistika sistemi onun aktuallaşması sferasına uyğun olaraq loqistika alətlərinin reallaşdırılması vasitəsidir. "Təchizat loqistika sistemi" kateqoriyasını elmi və təsərrüfat dövriyyəsinə daxil etməklə biz həm marketing və loqistika ilə bağlı məsələləri əhatə edən biznes sferası kimi, həm də istehsal-kommersiya fəaliyyətinin əvvəlcədən hədəflənməsi və təşkili kimi başa düşülməsinə əsaslanmışıq. "Təchizat loqistika sistemi" kateqoriyası "bölüşdürücü loqistika" kateqoriyasından müəyyən dərəcədə fərqlidir. Belə ki, "təchizat loqistika sistemi" istehlakçının tələbinin ödənilməsi və mənfəətin alınması məqsədilə hazır məhsullar və xidmətlərin kommersiya, kanal və fiziki bölüşdürülməsinin idarə olunması prosesidir [6, s.23]. Bu məsələdə məna toqquşması marketing-loqistika, təchizat-bölüşdürülmə kompetensiyasının ayrılması xətti üzrə baş verir. Bizim fikrimizə, təchizat tələbin zəruri parametrlərinin uyğunlaşması və saxlanılmasına yönəldilən fiziki, informasiya və maliyyə xassəsi bütün səylərin məcmusunu nəzərdə tutan daha tutumlu kateqoriyadır. Marketing dedikdə, əmtəə və xidmətlərin ictehsalı, bölüşdürülməsi və mübadiləsi proseslərinin bazara yönəldilməsi, loqistika dedikdə isə iqtisadi axınların optimallaşdırılması və reallaşdırılması başa düşülür. Deməli, marketing iqtisadi məqsədyönlülüüyü qoruyub saxlamaqla bazar məkanını və istehlakçının xidmət parametrlərinin əhatə dairəsinin müəyyənləşdirilməsini nəzərdə tutur, loqistika isə qoyulan hədəflərə nail olunmasının resursqənaetəci və optimal alqoritmi reallaşdırır. Beləliklə, müəssisənin təchizat loqistika sistemi hazır məhsulların iqtisadi axınlarının və bazar transaksiyanın optimallaşdırılması əsasında tədiyyəqabiliyyətli tələbin yaranması, reallaşması və inkişafı prosesində əmtəə mübadiləsinin qarşılıqlı fəaliyyət göstərən aktiv subyektlərinin məcmusunu ifadə edir.



Nəticə

İstehlak bazarına əmtənin hərəkəti sistemi idarəetmənin bütün səviyyələrində və hazır məhsulların dövriyyəsinin bütün mərhələlərində bazarda tələbin ödənilməsinin qənaətli və effektiv rejiminə nail olunması və dəstəklənməsini təmin edən amillərə və şəraitə uyğun məqsədyönlü, qarşılıqlı təsir prosesi kimi reallaşdırılır. Əmtənin bazara doğru hərəkəti sistemində bölüşdürücü loqistika xüsusi funksional sistemi reallaşdırır, hansiki əmtə istehsalının və hazır məhsulların təchizatının sahə, region və bazar xüsusiyyətlərinə adekvatdır. Ona əmtə mübadiləsinin təşkili altsistemi; bazar proqnozlaşdırması və araşdırılması altsistemi; nəqliyyat-anbar emalı altsistemi; servis altsistemi daxildir. Bu altsismlərin siyahısı optimal rejimdə istehlak bazarında hazır məhsulların vahid bölüşdürülməsi prosesində ardıcıl reallaşdırılan təchizat səhmlərinin konfigurasiyasını əmələ gətirir. Azərbaycanın sənaye müəssisəsinin bölüşdürücü logistika sistemini qurarkən əmtə axınlarının idarə olunması prosesində bazar konyunkturunun yüksək dinamizmi, əhalinin tədiyyəqabiliyyətinin və milli əmtə istehsalçılarının rəqabətqabiliyyətinin aşağı olması, idxalın rəqabətə əhəmiyyətli təsiri mütləq nəzərə alınmalıdır.

Ədəbiyyat

1. Гордон М.П., Карнаухов С.Б. Логистика товародвижения. М.:Мир,1998.-133с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер с англ.- СПб: Питер Ком, 1999.- 896 с.
3. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. Ростов-на-Дону: РГЭА, 1996. - 146 с.
4. Логистика: Учебное пособие/Под.ред. Б.А.Аникина.- М.:ИНФРА-М,1997.-327 с.
5. Майкл Р. Линдерс, Харольд Е. Фирон. Управление снабжением и занаями. Логистика. Пер. с англ. - СПб: 000 "Издательство Полигон", 1999. - 768 с.
6. Новиков О.А., Уваров С.А. Коммерческая логистика: Учебное пособие: - СПб.: СПбУФ, 1995. - 110 с.
7. Основы логистики: Учебное пособие/Под ред. Л.Б.Миротина и В.И.Сергеева. - М.:ИНФРА - М.1999. - 200 с.
8. Промышленная логистика/И.Н.Омельченко и др. М.:МГТУ, 1997. - 204 с.
9. Стаханов В.Н., Саввиди И.И., Костоглодов Д.Д. Маркетинг и логистика фирмы. Учебное пособие. Ростов-на-Дону: РГСУ, 1999. - 173 с.



Альжан Байрамалы оглы Аббасов
Бахруз Фаиг оглы Гулиев

**Подразделение логистики в системе потребительских движений на
потребительском рынке.**

Резюме

В статье раскрываются сущность и содержание распределительной логистики в системе движения товаров на потребительский рынок, рассматриваются различные научно-теоретические подходы к определению ее места и роли, даются соответствующие обобщения. Дистрибьюторская логистика реализует особую функциональную систему производства и поставки готовой продукции, адекватную характеристикам отрасли, региона и рынка. Были внесены предложения по учету динамики изменения рыночной конъюнктуры, платежеспособности населения, конкурентоспособности национальных производителей и влияния импорта на конкурентоспособность процесса управления потоками товаров при построении логистической системы предприятия. промышленное предприятие.

Ключевые слова: товарный поток, снабженческая деятельность, транспортно-складское хозяйство, распределительная логистика, рыночные условия, платежеспособность населения.

Alijan Bayramali Abbasov
Bahrüz Faig Guliyev

Division logistics in the consumer movement system

Summary

The article clarifies the essence and content of distribution logistics in the system of movement of goods to the consumer market, considers various scientific-theoretical approaches to defining its place and role, and makes relevant generalizations. Distribution logistics implements a special functional system of production and supply of the finished product, adequate to the characteristics of the industry, region and market. Proposals were made to take into account the dynamics of changes in market conditions, the solvency of the population, the competitiveness of national producers and the impact of imports on the competition in the process of managing the flow of goods when building the logistics system of industrial enterprises.

Keywords: commodity movement, supply activity, transport-warehousing, distribution logistics, market conditions, population solvency.

Elmi redaktor: i.f.d., dos. Y.Məmmədov

Daxil olub: 06.09.2021.

Çapa qəbul olunub: 14.09.2021.