



## AZƏRBAYCANIN PƏRAKƏNDƏ TİCARƏT DÖVRIYYƏSİ, ONUN TƏRKİBİ, STRUKTURU VƏ ƏHƏMİYYƏTİ

Tağıyeva Gülnarə Adil qızı<sup>1</sup>, Bağirova Təranə Adil qızı<sup>2</sup>

### XÜLASƏ

**Tədqiqatın məqsədi.** Milli təsərrüfatın və xidmət sektorunun inkişafına, istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin təsirini müəyyənləşdirmək tədqiqatın məqsədini təşkil edir.

**Tədqiqatın nəzəri metodoloji əsası.** Tədqiqatın nəzəri metodoloji əsasını Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, iqtisadi nəzəriyyə klassikləri, yerli və xarici alimlərin sahibkarlıq fəaliyyətinin idarə edilməsi problemləri üzrə elmi konsepsiyaları, həmçinin mövzu üzrə iqtisadçıların elmi tədqiqatları təşkil edir.

**Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları.** Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, İqtisadiyyat Nazirliyinin müvafiq statistik göstəriciləri, praktiki və elmi konfransların materialları, müvafiq qanunvericilik sənədləri və müxtəlif elmi ədəbiyyatlardan götürülmüş məlumatlar təşkil edir.

**Mövzunun aktuallığı.** Apardığımız tədqiqatın aktuallığı əmtəələrə alıcı tələbinin öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması əsasında əmtəələrin optimal çeşidinin formalaşdırılması və pərakəndə satışın daha səmərəli metodlarının seçilməsi məsələləri təşkil etmişdir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** Pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin ilin dövrləri üzrə planlaşdırılması, rüblük dövriyyələrin illik dövriyyədə orta nisbəti əsasında hesablama və mövsümlilik indekslərindən istifadə edilməsi üsulları ilə həyata keçirilməsi.

**Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti.** Tədqiqat işinin praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, burada əks olunan məlumatlar, təkliflər və nəticələr təşkilatı-idarəetmə problemlərin həllinə kömək edə bilər.

**Açar sözlər:** ticarət dövriyyəsi, pərakəndə dövriyyə, istehlak malları, satış, pul vəsaiti, bazar

### Giriş.

Pərakəndə əmtəə dövriyyəsi milli təsərrüfatın vəziyyətini, istehsalın səmərəliliyini və məhsul bölgüsü prosesinin idarə edilməsini, bazarın inkişaf dərəcəsini və onun şərtlərini əks etdirir. Pərakəndə ticarət dövriyyəsi ticarət və ictimai iaşə təşkilatları, sahibkarlar və kənd təsərrüfatı məhsullarını bazarlarda satan fiziki şəxslər tərəfindən nağd və nağdsız ödənişlər əsasında əhaliyə ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının satılmasıdır. Ticarət dövriyyəsi müəssisənin resurs potensialının formalaşmasına təsir göstərir. Məqalədə milli təsərrüfatın və xidmət sektorunun inkişafına, istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin təsiri müəyyənləşdirilmiş, alıcı tələbi öyrənilmiş və proqnozlaşdırılmışdır.

Pərakəndə ticarət - malların və məhsulların əhaliyə birbaşa satışdır. Dünyanın pərakəndə satış ticarəti getdikcə daha rəqabətçünlü olur. Bu da şirkətləri vadar edir ki, istehlakçıları cəlb etmək və uzunmüddətli istehlakçı loyallığı yaratmaq üçün innovativ yanaşma metodlarından istifadə etsin. Məsələn, dövlət daha bahalı brend markalı məhsulları nisbətən daha ucuz markalı məhsullarla əvəz edərək alıcılıq qabiliyyətini artırır. Xərcləri ödəmək və mənfəət əldə etmək üçün ticarət marjası tətbiq olunur. Marjın miqdarı bazarın ümumi vəziyyəti və ya qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi (bəzi mal və xidmətlər kateqoriyası üçün) ilə tənzimlənir.

Hazırda Azərbaycan Respublikasında dövlət səviyyəsində ticarət dövriyyəsinin idarə edilməsi sistemi çərçivəsində onun fiziki həcmnin gələcək il üçün proqnozlaşdırılan artımı müəyyən edilir.

<sup>1</sup>Əsas müəllif/Corresponding author: Tağıyeva Gülnarə Adil qızı, baş müəllim, Aqrar sahənin iqtisadiyyat kafedrası, ADAU, [gulutagyeva@mail.ru](mailto:gulutagyeva@mail.ru)

<sup>2</sup>Bağirova Təranə Adil qızı, baş müəllim, Maliyyə və mühasibat uçotu kafedrası ADAU, [bagirovaa000@gmail.com](mailto:bagirovaa000@gmail.com)



Bundan əlavə, bütün mülkiyyət formalı ictimai işə müəssisələrinin rəhbərləri hər il pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin proqnoz göstəriciləri, öz məhsulunun buraxılışı və pərakəndə dövriyyədə payı barədə məlumatlandırılır. Belə ki, ticarət dövriyyəsi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının əsas göstəricilərindən biri kimi tanınır, makro səviyyədə ən mühüm hədəflərdən biri kimi qəbul edilir.

Pərakəndə ticarət dövriyyəsi milli təsərrüfatın vəziyyətini, istehsalın səmərəliliyini və məhsulun bölüşdürülməsi prosesinin idarə edilməsini, bazarın inkişaf dərəcəsini və onun konyukturasını əks etdirir. Pərakəndə ticarət dövriyyəsi pərakəndə və ictimai işə təşkilatları tərəfindən bazarlarda kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı ilə məşğul olan sahibkarlar, fiziki şəxslər tərəfindən nağd və nağdsız ödənişlər əsasında əhaliyə ərzaq və qeyri-ərzaq məhsullarının satılmasıdır. Pərakəndə ticarət dövriyyəsi ticarət və ictimai işənin pərakəndə dövriyyəsinə bölünür. Dövriyyə satışın həcmi xarakterizə edən kəmiyyət göstəricisidir. Bu səbəbdən pərakəndə ticarətdə malların təklifi ilə əhalinin tələbi arasında uyğunluğun olması vacibdir. Ümumiyyətlə, ticarət mürəkkəb təşkilatı-iqtisadi sistemdir ki, bu sistem malların istehsalçılardan istehlakçılara doğru hərəkətinin bütün həlqələrinə effektiv xidmət olunmasına yönəldilmiş vahid strukturu təşkil edir (Hüseynov, 2008). Pərakəndə ticarətin mahiyyətini və onun müxtəlif xarakterik xüsusiyyətlərini müəyyən etmək üçün ticarət biznesinin inkişaf xüsusiyyətlərini xarakterizə etmək vacibdir. Ticarət istehsal olunmuş istehlak dəyərini reallaşdırmaqla, istehlakla istehsalı birləşdirir və təkliflə tələb arasında tarazlığı saxlayır.

Pərakəndə dövriyyə istehlak mallarının pula dəyişdirilməsi yolu ilə dövriyyə sferasından şəxsi istehlaka doğru hərəkətin son mərhələsini ifadə edir. Müəssisənin inkişaf göstəriciləri sistemində dövriyyə birinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb edir və çox mühüm rol oynayır. Ticarət dövriyyəsi işə müəssisəsinin istehsal və ticarət fəaliyyətinin əsas göstəricisidir. Hər hansı ictimai işə müəssisəsinin dövriyyəsinin regionun dövriyyəsinədəki xüsusi çəkisinə görə, onun bazar payı qiymətləndirilir. Ticarətin inkişafı müəssisənin istehlak bazarına nüfuzunun genişliyini və dərinliyini və bu bazarda onun rəqəbatli mövqeyini, gələcəkdə müəssisənin iqtisadi inkişaf imkanlarını və tempini müəyyən edir. Dövriyyə ilə əlaqədar olaraq müəssisənin səmərəliliyini (ümumi gəlir səviyyəsi, məsrəflər, gəlirlilik, dövriyyə) qiymətləndirən digər göstəricilər nəzərə alınır, təhlil edilir və proqnozlaşdırılır. Ticarət dövriyyəsi, onun tərkibi müəssisənin resurs potensialının (əmək, maddi, maliyyə resurslarının həcmi və tərkibi) formalaşmasına böyük təsir göstərir. Ticarətin həcmi son nəticədə ümumi gəlirin həcmi, müəssisənin sərəncamında qalan mənfəəti, onun bazarda mövqeyinin sabitliyini müəyyən edir (9).

Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi siyasətində müəssisələrin ticarət dövriyyəsinin inkişafına böyük əhəmiyyət verilir. Bu onunla əlaqədardır ki, əmtəə dövriyyəsi əhalinin mallara olan tələbatının miqyasını və ödənilmə səviyyəsini xarakterizə edir, istehsalın inkişafını stimullaşdırır və müəssisənin kapitalının dövriyyəsinə sürətləndirir. Eyni zamanda, xarici iqtisadi fəaliyyətin miqyasını, pul dövriyyəsinin həcmi, büdcə gəlirləri və digər makroiqtisadi göstəriciləri müəyyən edir. Marketing üzrə mütəxəssislər və alıcılar da ticarətdə vəziyyəti idarə etməyə çalışırlar. Müasir istehlakçılar, pərakəndə ticarətin təsir dairəsini anlamaq üçün həm alıcılar, həm də satıcılar tərəfindən diqqətdən kənar qalan bir çox ticarət hadisələri öyrənməlidirlər (Андерхилл, 2003).

Çünki, pərakəndə ticarət dövriyyəsi iqtisadi və sosial inkişaf planının ən mühüm göstəricilərindən biridir. Bu həm istehsala, həm də istehlaka təsir göstərir. Buraya pərakəndə ticarət şəbəkəsi və ictimai işə müəssisələri vasitəsilə əhaliyə satılan malların, habelə müəssisə, idarə və təşkilatlara satılan malların sayı daxildir. Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin böyük hissəsi bilavasitə şəxsi istehlak və əhalinin alıcılıq qabiliyyəti ilə bağlıdır.



Pərakəndə mal dövriyyəsinin əhəmiyyəti həm də onunla müəyyənləşdirilir ki, onun həcmi əhalinin həyat səviyyəsini xarakterizə edir. Şəxsi istehlakın əsasını malların pərakəndə satışı təşkil edir. Əhali istehlakı üçün tələb olunan maddi nemətlərin demək olar ki, 80%-i onlara pərakəndə ticarət mal dövriyyəsi ilə çatdırılır. Pul tədavülünə mal dövriyyəsinin inkişafı da müəyyən dərəcədə təsir edir. Dövriyyədə olan pulların əsas hissəsi malların pərakəndə alqı-satqısında iştirak edir və beləliklə, pərakəndə dövriyyəyə xidmət etmiş olur. Respublikamızda pərakəndə mal dövriyyəsinin ümumi həcmində xırda topdan ticarətin payı təxminən 5%-ə qədərdir. Ölkənin iqtisadi və sosial inkişaf planının əsas göstəricisi pərakəndə mal dövriyyəsi hesab edilir. Pərakəndə mal dövriyyəsinin həcmnin artması ölkə əhalisinin maddi-rifahının yüksəlməsini əks etdirir. Yəni əhali öz pul vəsaiti ilə məhsullar əldə edərək maddi və mənəvi tələbatlarını ödəyir (Səmədov, 2005).

Məhsul istehlakçının tələbinə nə qədər yaxından cavab verirsə istehsalçılar bir o qədər uğurlu olacaqlar. İstehsalçılar məhsulu satmaq istədikləri istehlakçıları tapmalı, onların ehtiyaclarını öyrənməli və sonra bu ehtiyacları ən yaxşı şəkildə ödəyən məhsul yaratmalıdırlar (Kotler, 2007).

Pərakəndə mal dövriyyəsinin inkişaf qanunauyğunluqları əsasən zəruri istehlak mallarının artması (onların çeşidi, keyfiyyəti və işçilərin əməkhaqlarının yüksəlməsi) ilə şərtləndirilən pərakəndə mal dövriyyəsinin ümumi həcmnin fasiləsiz olaraq artması ilə əlaqədardır. 2017-2022-ci illər ərzində ölkədə satışın bütün növləri üzrə pərakəndə mal dövriyyəsi 5,1 dəfədən çox artmışdır və adambaşına düşən mal dövriyyəsinin inkişafı da sürətlə artmaqdadır. Qeyd olunan dövrdə adambaşına düşən əmtəə dövriyyəsi demək olar ki, 5 dəfəyə qədər yüksəlmişdir. Əmtəə dövriyyəsinin və əhalinin həyat səviyyəsinin davamlı olaraq artımı istehlak mallarına tələbin ödənilmə səviyyəsinin yüksəldiyini əks etdirir.

2022-ci ilin yanvar ayında pərakəndə ticarət şəbəkəsində istehlakçılara 3,6 milyard manatlıq məhsul, o cümlədən 2,0 milyard manatlıq ərzaq, içkilər və tütün məmulatları, 1,6 milyard manatlıq qeyri-ərzaq məhsulları satılmışdır. 2021-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə pərakəndə ticarət dövriyyəsi real ifadədə 2,9 faiz, o cümlədən ərzaq məhsulları, içkilər və tütün məmulatları üzrə 2,5 faiz, qeyri-ərzaq məhsulları üzrə 3,5 faiz artıb.

#### Cədvəl 1

##### Hesabat dövründə əmtəə bazarı aşağıdakı kimi xarakterizə olunur:

Məhsul qrupları	Satışdan əldə edilən gəlir, milyon manatla	2021-ci ilin yanvarına % olaraq
<b>Pərakəndə ticarət dövriyyəsi</b>	3 630,3	102,9
O cümlədən:		
Qida məhsulları	1 780,6	102,8
İçkilər və tütün məmulatları	217,4	100,6
Tekstil məhsulları, paltar və ayaqqabı	536,4	100,5
Elektrik texnikası və mebel	171,4	100,3
Kompüterlər, telekommunikasiya	35,2	156,0



avadanlıqları və çap məhsulları		
Əczaçılıq məhsulları və tibbi avadanlıq	96,1	137,4
Benzin və dizel yanacağı	182,4	106,0
Digər qeyri-ərzaq məhsulları	610,8	100,2

Mənbə: [www.azstat.org](http://www.azstat.org)

2022-ci ilin yanvar ayında istehlakçılar tərəfindən son istehlak məqsədləri üçün ərzaq məhsullarının, 6,0 faizi içkilər və tütün məmulatlarının, 14,8 faizi toxuculuq məhsulları, geyim və ayaqqabıların, 5,0 faizi istehlakçılar tərəfindən xərclənib. benzin və dizel yanacağı, 4,7 faizi elektrik cihazları və mebel, 2,7 faizi əczaçılıq məhsulları və tibbi avadanlıq, 1,0 faizi kompüterlər, telekommunikasiya avadanlıqları və poliqrafiya məhsulları, 16,8 faizi isə digər qeyri-ərzaq məhsullarıdır.

Hesabat ayında qeyri-dövlət sektoru subyektləri tərəfindən satılmış məhsulların dəyəri əvvəlki ilin müvafiq ayı ilə müqayisədə 3,3 faiz artaraq ümumi pərakəndə ticarət dövriyyəsinin 99,8 faizini təşkil etmişdir.

Pərakəndə əmtəə dövriyyəsi 2021-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə real ifadədə müəssisələr üzrə 9,1 faiz, fərdi sahibkarlar üzrə 0,2 faiz, bazar və yarmarkalar üzrə 1,7 faiz artıb.

Hesabat ayında pərakəndə ticarət şəbəkəsində bir ölkə vətəndaşına orta hesabla ayda 361,7 manatlıq məhsul, o cümlədən 199,1 manatlıq ərzaq məhsulları, içkilər və tütün məmulatları, 199,1 manatlıq qeyri-ərzaq malları alınıb (məbləği 162,6 manat).

2021-ci ilin yanvar-fevral aylarında pərakəndə ticarət şəbəkəsi vasitəsilə istehlakçılara 6,0 milyard manatlıq, o cümlədən 3,2 milyard manatlıq ərzaq məhsulları, içkilər və tütün məmulatları, 2,8 milyard manatlıq qeyri-ərzaq malları satılmışdır. 2020-ci ilin yanvar-fevral ayları ilə müqayisə edilərkən məlum olur ki, pərakəndə ticarət dövriyyəsi real ifadədə 1,3 faiz, o cümlədən qeyri-ərzaq malları üzrə 4,9 faiz azalmış, ərzaq məhsulları, içkilər və tütün məmulatları üzrə isə 2,0 faiz artmışdır.

## Cədvəl 2

### Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi və əvvəlki ilə nisbətən fiziki həcm indeksləri

	Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, milyon manatla	Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin fiziki həcm indeksləri, faizlə
<b>2018</b>	30 190,3	101,5
<b>2019</b>	35 268,1	102,5
<b>2020</b>	37 090,0	103,0
<b>2021</b>	39 391,7	103,6
<b>2022</b>	40 166,5	98,7
<b>2023</b>	44 217,5	103,2

\*) Göstəricilər manatın denominasiyası nəzərə alınmadan köhnə Azərbaycan (AZM) manatı ilə göstərilmişdir.

Mənbə: [www.azstat.org](http://www.azstat.org)



Cədvəl 2-n məlumatına əsasən 2018-ci ildən etibarən 2023-cü ilədək pərakəndə ticarət dövriyyəsində və pərakəndə ticarət dövriyyəsinin fiziki həcm indeksi göstəricilərində artım müşahidə olunmuşdur. 2023-cü ildə Azərbaycanın pərakəndə ticarət dövriyyəsi 44 217,5 manat, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin fiziki həcm indeksi isə 103,2 faiz təşkil etmişdir.

Pərakəndə ticarətin təhlili prosesində göstəricilər sistemindən istifadə olunur, onun əsasında pərakəndə ticarət planının icrasının təsviri verilir, dövriyyənin artırılması və ticarət xidmətlərinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün ehtiyatlar müəyyən edilir.

Bu baxımdan müxtəlif çeşidli ehtiyacları ödəmək üçün nəzərdə tutulmuş məhsulların istehsalı istehsalçıların diqqət mərkəzində olmalıdır.

Pərakəndə ticarət dövriyyəsi - müəssisələrin və ticarət təşkilatlarının fəaliyyətinin qiymətləndirildiyi əsas göstəricilərdən biridir. Ticarət müəssisələrinin əsas məqsədi mənfəəti maksimuma çatdırmaqdır. Dövriyyə ən vacib və zəruri şərt kimi çıxış edir, onsuz bu məqsədə nail olmaq mümkün deyil. Ticarət müəssisəsi satılan malların hər manatından müəyyən gəlir əldə etdiyindən, mənfəətin maksimuma çatdırılması vəzifəsi gəlirin və mənfəətin artımının əsas amili kimi ticarətin həcmnin daim artırılmasını, bölüşdürmə xərclərinin, əmək xərcləri və s-nin nisbi azaldılmasını tələb edir. Pərakəndə dövriyyənin göstəricisi (eləcə də topdansa) kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətlərinə malikdir. Dövriyyənin kəmiyyət xarakteristikası pul ifadəsində satışın həcmi, keyfiyyəti isə dövriyyənin strukturudur (M.Ağamalıyev, T.Şükürov 2010)

Yuxarıda qeyd olunanlardan belə nəticəyə gəlmək olar ki, pərakəndə ticarət, müəssisə və ticarət təşkilatlarının fəaliyyətinin qiymətləndirildiyi əsas göstəricilərdəndir.

Pərakəndə ticarət dövriyyəsinə beynəlxalq müqayisədə nəzər salaq.

**Cədvəl 3**

**Pərakəndə ticarət beynəlxalq müqayisədə**

<b>Ölkələr</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b><u>MDB</u></b>						
Azərbaycan, milyard manat	30,2	35,3	37,1	39,4	40,2	44,2
Ermənistan, milyard dram	1 281,0	1 377,0	1 452,0	1 596,0	1 330,0	504,0
Belarus, belarus milyard rublu	36,9*	40,2*	45,2*	49,6*	53,5*	60*
Qazaxıstan, trin. tengə	8,0	8,9	10,0	11,3	11,7	13,4
Qırğızıstan, milyard somu	307,2	336,9	364,1	385,3	341,1	446,9
Moldova, milyard ley	48,5	52,9	41,1	55,2	58,6	74,8
Rusiya, trin. Rubl	28,3	29,8	31,6	33,6	33,9	39,3
Tacikistan, milyard somoni	16,2	18,4	20,5	24,5	27,0	32,8
Özbəkistan, trin. sumu	88,1	105,8	133,2	161,2	194,7	242,7
Ukrayna, milyard qrivna	1 175,3	815,3	930,6	1 094,0	1 201,6	443,3

\*) 2016-cı ildə Belarus rublunun denominasiyası nəzərə alınmaqla milyon ABŞ dolları



Ölkələr	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b><u>MDB</u></b>						
Azərbaycan	18 918,0	20 479,0	21 817,0	23 172,0	23 627,0	26 010,0
Ermənistan	2 666,0	2 852,0	2 993,0	3 322,0	2 720,0	2 986,0
Belarus	18 464,0	20 829,0	22 138,0	23 726,0	21 758,0	23 620,0
Qazaxıstan	23 306,0	27 279,0	29 143,0	29 595,0	28 405,0	31 368,0
Qırğızıstan	4 393,0	4 899,0	5 292,0	5 523,0	4 416,0	5 279,0
Moldova	2 435,0	2 863,0	2 444,0	3 143,0	3 383,0	4 229,0
Rusiya	423 278,0	511 115,0	504 947,0	519 455,0	469 513,0	533 058,0
Tacikistan	2 063,0	2 156,0	2 238,0	2 570,0	2 618,0	2 899,0
Özbəkistan	29 682,0	21 158,0	16 517,0	18 257,0	19 365,0	22 878,0
Ukrayna	45 996,0	31 311,0	34 468,0	42 655,0	44 794,0	52 896,0

Mənbə: [www.aztat.org](http://www.aztat.org)

Cədvəl 3-n məlumatlarından aydın olur ki, 2018-ci ilə nisbətən 2023-cü ildə Azərbaycan, Belarus, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Moldova, Rusiya, Özbəkistan, Tacikistan və Ukraynada pərakəndə ticarət dövriyyəsində artım müşahidə olunmuşdur.

Ölkənin şəhər və rayonları üzrə mal dövriyyəsinin artım sürəti də mütəmadi olaraq dəyişir. Bu dəyişiklik (qanunauyğunluq) məhsuldar qüvvələrin ərazi üzrə düzgün yerləşdirilməsi və əhalinin miqراسiyası ilə bağlıdır.

Müasir dövrümüzdə İstehlak mallarının ticarəti genişmiqyaslı, sürətlə dəyişən sosial-iqtisadi bazar mühitində fəaliyyət göstərən mürəkkəb dinamik sistemə çevrilir. Ticarətin, ilk növbədə pərakəndə ticarətin inkişafı, ölkənin ən mühüm sosial-iqtisadi problemlərinin həllində çox vacibdir (Dissertasiya işi 1997).

Azərbaycanda da pərakəndə ticarətin inkişafı ölkənin sosial-iqtisadi həyatında müsbət rola malikdir. Pərakəndə ticarətin inkişaf etdirilməsi üçün Azərbaycan Respublikası Baş Dövlət Vergi Müfəttişliyinin 15 aprel 1997-ci il (əmr A-76) tarixli qərarı ilə “Pərakəndə ticarət, ictimai iaşə və məişət xidməti sahəsində fəaliyyətin gəlirlərindən (hasilatdan) verginin hesablanması və ödənilməsi qaydaları haqqında təlimat” qəbul edilmişdir (7).

Qeyd olunan Təlimat “Müəssisələrin və təşkilatların mənfəət vergisi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa uyğun şəkildə təşkilatı-hüquqi, habelə mülkiyyət formasından asılı olmayaraq pərakəndə ticarət, ictimai iaşə və məişət xidməti sahəsində müəssisələrin gəlirlərdən (hasilatdan) verginin hesablanması və ödənilməsi qaydalarını müəyyənləşdirir. 22 aprel 1994-cü ildə (№ 800) “Pərakəndə ticarət və ictimai iaşə sahəsində fəaliyyətin lisenziyalaşdırılması qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi Qərar qəbul etmişdir. Bu Qaydaya müvafiq olaraq, pərakəndə ticarət və ictimai iaşə sahəsində fəaliyyət göstərən hüquqi və fiziki şəxslər tərəfindən lisenziya alınması şəklində verginin ödənilməsi qaydası müəyyənləşdirilir (8).



**Nəticə və müzakirə.** Apardığımız tədqiqatdan belə nəticəyə gələ bilərik ki, növbəti il üçün pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin ilin dövrləri üzrə planlaşdırılması, rüblük dövriyyələrin illik dövriyyədə orta nisbəti əsasında hesablama və mövsümlilik indekslərindən istifadə edilməsi üsullarla ilə həyata keçirilə bilər. Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin strukturu hesablanarkən dövriyyənin ayrı-ayrı mallar və məhsul qrupları üzrə, ya da ərzaq və qeyri-ərzaq məhsulları üzrə müəyyən edilməsi nəzərə alınmalıdır. Təcrübə zamanı məlum oldu ki, pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin strukturunu planlaşdırarkən aşağıdakı üsullardan istifadə etmək olar: dinamik sıraların bərabərləşdirilməsi metodu və pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin illik həcmində məhsul qruplarının dövriyyəsinin orta payları əsasında hesablama. Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin strukturu hesablanarkən dövriyyənin ayrı-ayrı mallar və məhsul qrupları üzrə, ya da ərzaq və qeyri-ərzaq məhsulları üzrə müəyyən edilməsi nəzərə alınmalıdır. Müəssisənin maddi-texniki bazasını yaxşılaşdırmaq üçün müəssisənin optimal iş rejimini müəyyən etmək və daha geniş miqyasda mütərəqqi satış formalarını tətbiq etmək lazımdır.

### Ədəbiyyat siyahısı

1. Hüseynov T.Ə. Müəssisənin iqtisadiyyatı. Bakı, 2008.
2. Пако Андерхилл, “Почему мы покупаем, или Как заставить покупать” Why We Buy: The Science of Shopping Серия: Основы науки продаж Издательство: Попурри, 2003 г.
3. Philip Kotler, Marketing Essentials Издательский дом "ВИЛЬЯМС" Москва Санкт-Петербург Киев 2007 səh 24
4. Диссертация “Торговля потребительскими товарами: Регион. соц.-экон. Исслед”. доктор экономических наук Николаева, Тамара Ивановна 1997
5. Самедов А.И. Управление рынком: теория и практика. Москва-Баку, 2005.
6. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Məhərrəm Ağamalıyev, Tahir Şükürov, Ticarət Müəssisələrinin İqtisadiyyatı, (Dərslük) Bakı – 2010
7. <https://e-qanun.az/framework/10331>
8. <https://e-qanun.az/framework/8873>
9. [https://vuzlit.com/656850/roznichnyy\\_tovarooborot\\_vazhneyshih\\_pokazateley\\_torgovle](https://vuzlit.com/656850/roznichnyy_tovarooborot_vazhneyshih_pokazateley_torgovle)

## РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ АЗЕРБАЙДЖАНА, ЕГО СОСТАВ, СТРУКТУРА И ЗНАЧЕНИЕ

### РЕЗЮМЕ

**Теоретико-методологическая основа исследования.** Теоретико-методологической основой исследования являются Конституция Азербайджанской Республики, классика экономической теории, научные концепции отечественных и зарубежных ученых по управлению предпринимательством, а также научные исследования экономистов по данной теме.

**База исследовательской информации и методы ее обработки.** Информационную базу исследования составляют сведения Государственного комитета по статистике Азербайджанской Республики, соответствующие статистические показатели Министерства экономики, материалы практических и научных конференций, соответствующие законодательные документы и информация, взятая из различной научной литературы.

**Цель исследования.** Цель исследования – определить влияние оборота розничной торговли на развитие национальной экономики и сферы услуг, повышение эффективности производства.

**Научная новизна исследования.** Планирование розничного товарооборота по периодам года, расчет на основе среднего соотношения квартальных оборотов в годовом обороте и реализация методами показателей сезонности.



**Практическая значимость исследования.** Практическая значимость научно-исследовательской работы заключается в том, что отраженные здесь информация, предложения и результаты могут помочь в решении организационно-управленческих задач.

**Ключевые слова:** товарооборот, розничный оборот, потребительские товары, реализация, деньги, рынок.

## RETAIL TRADE TURNOVER OF AZERBAIJAN, ITS COMPOSITION, STRUCTURE AND IMPORTANCE

### SUMMARY

**Theoretical methodological basis of the research.** The theoretical methodological basis of the research is the Constitution of the Republic of Azerbaijan, the classics of economic theory, the scientific concepts of local and foreign scientists on the management of entrepreneurship, as well as the scientific researches of economists on the subject.

**Research information base and processing methods.** The information base of the research is made up of the information of the State Statistics Committee of the Republic of Azerbaijan, relevant statistical indicators of the Ministry of Economy, materials of practical and scientific conferences, relevant legislative documents and information taken from various scientific literature.

**The purpose of the study.** The purpose of the study is to determine the impact of retail trade turnover on the development of the national economy and service sector, and the improvement of production efficiency.

**Scientific novelty of the research.** Planning of retail commodity turnover by periods of the year, calculation based on the average ratio of quarterly turnovers in the annual turnover, and implementation using methods of seasonality indices.

**Practical significance of research.** The practical importance of the research work is that the information, proposals and results reflected here can help to solve organizational-management problems.

**Keywords:** trade turnover, retail turnover, consumer goods, sales, money, market

*Məqalə daxil olmuşdur: 09.11.2024*

*Təkrar işləməyə göndərilmişdir:*

*18.11.2024*

*Çara qəbul edilmişdir: 28.11.2024*

*Дата поступления статьи в*

*редакцию: 09.11.2024*

*Отправлено на повторную*

*обработку: 18.11.2024*

*Принято к печати: 28.11.2024*

*The date of the admission of the*

*article to the editorial office:*

*09.11.2024*

*Send for reprocessing: 18.11.2024*

*Accepted for publication: 28.11.2024*