

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Azərbaycanda pərakəndə satışın mal dövriyyəsinin müasir vəziyyəti və
inkişaf perspektivləri”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

QARAYEV SƏRXAN ORXAN

BAKİ – 2020

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru.
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh oğlu
_____ **imza**
“ ____ ” _____ **20__-ci il**

**“Azərbaycanda pərakəndə satışın mal dövriyyəsinin müasir vəziyyəti və
inkişaf perspektivləri”**
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060411- Kommersiya

İxtisaslaşma: Kommersiya fəaliyyəti

Qrup: 902

Magistrant
Qarayev Sərxan Orxan

_____ **imza**

Elmi rəhbər
i.ü.f.d.dos. Cəbbarova Kəmalə Sətdar

_____ **imza**

Proqram rəhbəri
i.ü.f.d, dos. Nəcəfova Kəmalə Akif

_____ **imza**

Kafedra müdiri
i.e.d, prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi

_____ **imza**

Elm andı

Mən, Qarayev Sərxan Orxan oğlu and içirəm ki, “Azərbaycanda pərakəndə satışın mal dövriyyəsinin müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

AZƏRBAYCANDA PƏRAKƏNDƏ SATIŞIN MAL DÖVRIYYƏSİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAF PESPEKTİVLƏRİ

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktuallığı: Alıcı ilə satıcı arasında , hər iki tərəf üçün sərfəli olan mal və xidmətlərin pullu mübadiləsinin əsas gösəricisi olan pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi, strukturu və dinamikası yalnız daxili ticarətin vəziyyətinin əsas xüsusiyyətlərindən biri kimi deyil, həm də ölkə başçısı tərəfindən qəbul edilmiş “Logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinin həyata keçirilməsi üzrə planlaşdırılmış tədbirlərin səmərəliliyini qiymətləndirməyə də imkan verir. Bu baxımdan dissertasiya işinin mövzusu aktualdır.

Tədqiqatın məqsədi: Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda pərakəndə satış mal dövriyyəsinin müasir vəziyyətini təhlil etmək və onun inkişaf perspektivlərini müəyyənləməkdən ibarətdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: İşdə empirik müşahidə, müqayisəli təhlil, statistik təhlil, analiz və sintez, sorgu metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: əmtəə-pul münasibətlərinin müxtəlif aspektlərini öyrənən elmi ədəbiyyatlar, bu sahədə ölkədə qəbul edilmiş proqramlar, konfrans materialları, araşdırmalar, müvafiq internet resurslar və vədigər mənbələr,təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Müraciət olunan müəssisələr kommersiya sirri deyərək, müəssisənin iqtisadi göstəricilərini verməkdən imtina etdilər, bu baxımdan pərakəndə ticarətin ümumi problemlərinə makrosəviyyədə baxıldı.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Müasir bazar münasibətləri çərçivəsində mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti araşdırılmış və dinamikasının təhlili aparılmış; pərakəndə satışın inkişafı və daha da təkmilləşdirilməsi sahəsində tövsiyələr verilmişdir.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Dissertasiya işindən əldə edilən nəticələrdən ticarət sahəsinin mütəxəssisləri, buraxılış işləri və semestr layihələri yerinə yetirən tələbələr istifadə edə bilərlər. Dissertasiya işinin yerinə yetirilməsi zamanı əldə edilən nəticələrin və bunun əsasında verilən tövsiyələr İqtisadiyyat və İdarəetmə sahəsində Magistr və Doktorantların Beynəlxalq elmi konfransında məruzə edilmişdir.

Açar sözlər: əmtəə, pul, pərakəndəsatış, topdansatış, innovasiya

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE IN AZERBAIJAN

SUMMARY

Relevance of the research: the volume, structure and dynamics of retail trade also allow us to assess the effectiveness of planned measures to implement the "Strategic road map for the development of logistics and trade" as one of the main features of the state of domestic trade. In this regard, the topic of the dissertation is relevant.

Purpose of the research: the purpose of the research is to analyze the current state of retail trade in Azerbaijan and determine the prospects for its development

Research methods: empirical observation, comparative analysis, statistical analysis, analysis and synthesis, survey methods.

Information base of the research: scientific literature that studies various aspects of commodity-money relations, programs adopted in the country in this area, conference materials, research, relevant Internet resources and other sources.

Restrictions of research: enterprises refused to give economic indicators of the enterprise, citing trade secrets, so the General problems of retail trade were considered at the macro level.

Scientific-practical significance of the results: the socio-economic significance of trade turnover in the conditions of modern market relations is studied and dynamics are analyzed; recommendations for the development and further improvement of retail sales are given.

The novelty and practical results of investigation: the results of the dissertation work can be used by specialists in the trade sphere, students who perform graduate work and semester projects.

Keywords: product, money, retail trade, wholesale trade, innovation

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

A R	Azərbaycan Respublikası
MM	Mülki Məcəllə
ADGK	Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi
ÜDM	Ümumdaxili məhsul
GMA	Gizli Müştəri Araşdırması

MÜNDƏRİCAT

	GİRİŞ.....	8
I FƏSİL.	ÖLKƏNİN MAKROİQTİSADI GÖSTƏRİCİLƏRİ SISTEMİNDƏ PƏRAKƏNDƏ SATIŞ MAL DÖVRIYYƏSİ.....	8
1.1.	Əmtəə-pul münasibətlərinin nəzəri-konseptual əsasları.....	11
1.2.	Pul tədavülü və bazar münasibətləri şəraitində mal dövriyyəsinin müəyyən edilməsində onun tənzimlənməsi məsələləri	19
1.3.	Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti və əhəmiyyəti.....	27
II FƏSİL.	AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA PƏRAKƏNDƏ SATIŞ MAL DÖVRIYYƏSİ İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİ.....	34
2.1.	Azərbaycan Respublikası əhalisinin həyat səviyyəsi və mal dövriyyəsinin inkişafında onun rolu.....	34
2.2.	Pərakəndə satış mal dövriyyəsi inkişafının müasir vəziyyəti.....	41
III FƏSİL.	AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MAL DÖVRIYYƏSİNİN DAHA DA İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ VƏZİFƏLƏRİ.....	50
3.1.	Müasir şəraitində pərakəndə satış ticarətin topdan satış ticarət ilə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrinin inkişafı.....	50
3.2.	Pərakəndə mal dövriyyəsinin daha da inkişaf etməsində innovasiyaların rolu.....	54
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	61
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	64
	Cədvəllər siyahısı	68
	Şekillərin siyahısı	68
	Qrafiklərin siyahısı.....	68

GİRİŞ

Cəmiyyətdə iqtisadi münasibətlərin əsasını təşkil edən sahələrdən biri də əmtəə -pul münasibətlərdir. Bu münasibətlərin əsasını təşkil edən ticarətin əsas göstərici mal dövriyyəsidir. Alıcı ilə satıcı arasında, hər iki tərəf üçün sərfəli olan mal və xidmətlərin pullu mübadiləsinin əsas gösəricisi olan pərakəndə satış mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti və ölkənin, xüsusilə də onun hər bir regionunun sosial-iqtisadi inkişafında böyük əhəmiyyəti vardır. Ticarət müəssisələrinin əsas fəaliyyət göstəricilərindən olan mal dövriyyəsi bütövlükdə ölkənin davamlı iqtisadi artımının təmin edilməsində mühüm amillərdəndir. Onun həcmi, strukturu və dinamikası yalnız daxili ticarətin vəziyyətinin əsas xüsusiyyətlərindən biri və dəyişikliklərin zəruriliyinin göstəricisi kimi çıxış edir.

Mövzunun aktuallığı. Ticarət müəssisələrinin əsas fəaliyyət göstəricilərindən olan mal dövriyyəsi bütövlükdə ölkənin davamlı iqtisadi artımının təmin edilməsində mühüm amillərdəndir. Onun həcmi, strukturu və dinamikası yalnız daxili ticarətin vəziyyətinin əsas xüsusiyyətlərindən biri və dəyişikliklərin zəruriliyinin göstəricisi kimi deyil, həm də ölkə başçısı tərəfindən qəbul edilmiş “Logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinin həyata keçirilməsi üzrə planlaşdırılmış tədbirlərin səmərəliliyini qiymətləndirməyə də imkan verir. Bu baxımdan dissertasiya işinin mövzusu aktualdır.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi. Makro səviyyədə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin tənzimlənməsi mal tədavülü sferasının ümumi vəziyyəti kontekstində göstəricilərin ümumi makroiqtisadi əhəmiyyətinin qiymətləndirilməsi ticarət sferasında fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin bütün məcmusuna baxılmasını tələb edir. Bunu nəzərə alaraq, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin tendensiyalı, struktur, regional xüsusiyyətlərinin tədqiqi istehsal sferası və bazar infrastrukturuna, ictimai tələbatların ödənilməsi və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün dövlətin tənzimləyici təsirinin prioritet istiqamətlərinin müəyyən edilməsi zəruri şərt kimi çıxış edir. Bu istiqamətlər üzrə bir çox alimlər

həm makro, həm də sahə iqtisadiyyatı səviyyəsində araşdırmalar aparmışlar və öz elmi müddəalarında müxtəlif fikirlərlə çıxış etmişlər. Milli alimlərdən bu sahədə İ.Ə Feyzullabəyli, K.P.Paşayev, T.C.Məmmədov, M.A.Agamalıyev və s., xarici alimlərdən M.N Braqin, Mazraki A.A, Conston Mark U., Marşall Qreq.U. və başqaları göstərmək olar. Lakin buna baxmayaraq, iqtisadi münasibətlərin müasir dövrü nöqteyi nəzərindən bu sahənin hələ də araşdırılması zəruriyyəti vardır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda pərakəndə satış mal dövriyyəsinin müasir vəziyyətini təhlil etmək və onun inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Bu məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı vəzifələr qoyulmuşdur:

- əmtəə-pul münasibətləri və müasir şəraitdə onların xarakterik cəhətlərini açmaq;

- pul tədavülü və bazar münasibətləri şəraitində mal dövriyyəsinin müəyyən edilməsində onun tənzim edilməsinin nəzəri əsaslarını öyrənmək;

- pərakəndə satış mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti və əhəmiyyətini müəyyənləşdirmək;

- pərakəndə satışın müasir dövrdə dinamikasının təhlilini etmək;

- pərakəndə satışın həyata keçirilməsində tətbiq olunan innovativ təbiiqlər;

- pərakəndə satışın tənzimlənməsi məsələlərini araşdırmaq.

Seçilmiş tədqiqat metodlarının tətbiqi üçün informasiya bazası.

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Tədqiqatın obyektini pərakəndə satış mal dövriyyəsi və onun əsas inkişaf qanunauyğunluqları, predmetini isə müasir bazar münasibətləri şəraitində pərakəndə ticarətin inkişafını təmin edən sosial-iqtisadi münasibətlər təşkil edir.

Tədqiqat metodları: Əsasən müqayisəli təhlil statistik təhlil, iqtisadi riyazi. Statistik tədqiqatlar təhlil üçün mühüm informasiya mənbəyi hesab olunur və statistik metodlardan istifadə etməklə yerinə yetirilir.

Müqayisəli təhlil metodunun mahiyyəti proseslər və təsisatlar arasında oxşar və fərqli cəhətləri aşkara çıxartmaqdır. Bu metoddan pərakəndə ticarətin əsas

göstəricilərinin illər üzrə geniş perspektivli və əhatəli müqayisəli təhlilinin aparılmasında istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazasını: yerli və xarici alimlərin - iqtisadçıların, ticarət sahəsinin müxtəlif aspektlərini öyrənən mütəxəssislərin, əsərlərində verilmiş konseptual müddəalar və nəticələr təşkil edir. Bununla bəhm, bu sahədə Azərbaycan Respublikasının normativ aktları, beynəlxalq təşkilatların statistik materialları, seminar və konfrans materialları, araşdırmalar, müvafiq internet resursları və digər mənbələr, elmi ədəbiyyatlar təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın aparılması zamanı bir sıra məhdudiyyətlər qarşıya çıxdı. Məvzu götürülərkən tədqiqat işini hər hansı pərakəndə ticarət müəssisəsi və ya firma səviyyəsində aparılacağı düşünülürdü. Lakin, müraciət olunan müəssisələr kommersiya sirri deyərək, müəssisənin iqtisadi göstəricilərini verməkdən imtina etdilər, bu baxımdan pərakəndə ticarətin ümumi problemlərinə makrosəviyyədə baxıldı.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Müasir bazar münasibətləri çərcivəsində pərakəndə satış mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi mahiyyətinə əmtəə-pul münasibətləri konseksindən yanaşılmış, pərakəndə satışın müasir vəziyyəti, inkişafına təsir göstərən amillər araşdırılmış və mal dövriyyəsinin təkmilləşdirilməsi sahəsində tövsiyyələr verilmişdir

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Dissertasiya işindən əldə edilən nəticələrdən topdan və pərakəndə ticarət sahəsində fəaliyyət göstərən mütəxəssislər, buraxılış işləri və ya semestr lahiyələri yerinə yetirən tələbələr istifadə edə bilərlər. Dissertasiya işinin yerinə yetirilməsi zamanı əldə edilən nəticələrin və bunun əsasında verilən tövsiyyələr İqtisadiyyat və İdarəetmə sahəsində Magistr və Doktorantların Beynəlxalq elmi konfransında məruzə edilmişdir.

I FƏSİL. ÖLKƏNİN MAKROIQTISADI GÖSTƏRICİLƏRİ SISTEMINDƏ PƏRAKƏNDƏ SATIŞ MAL DÖVRIYYƏSİ

1.1. Əmtəə-pul münasibətlərinin nəzəri-konseptual əsasları

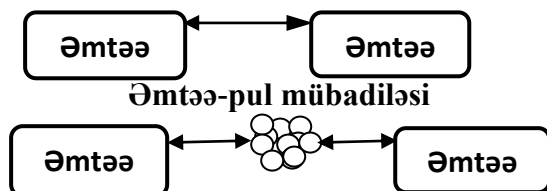
Cəmiyyətdə iqtisadi münasibətlərin əsasını əmtəə mübadiləsi, pul və qiymətli kağızların tədavülü, birja və bank ətrafında insanların qarşılıqlı münasibətləri təşkil edir. Pul, səhmlər, birjalar, kredit, banklar və s. kimi əhəmiyyətli maliyyə institutlarının fəaliyyəti də birbaşa bu münasibətlərlə bağlıdır.

Uzun müddət insanların həyatında hər bir təsərrüfat vahidi (ailə, icma) təcrid olunmuş, qapalı, şəxsi istifadə üçün məhsullar istehsal edən natural təsərrüfat hökm sürürdü. Məhsuldar qüvvələrin və ictimai əmək bölgüsünün inkişafı ilə bu qeyri-effektiv universal istehsal getdikcə daha ixtisaslaşmış və daha məhsuldar əmtəə təsərrüfatı tərəfindən sıxışdırılmışdır. Əmtəə istehsalı-məhsulların şəxsi istehlak üçün deyil, mübadilə, satış üçün istehsalıdır. Belə istehsalın məhsulu əmtəə adlanır. Hər bir əmtəə iki əsas iqtisadi xüsusiyyətlərə malikdir: istehlak dəyəri və dəyəri. Belə ki, istehlak dəyəri – məhsulun konkret istifadəsinin faydalılığını özündə əks etdirir. Bundan fərqli olaraq, dəyər məhsulda insanların sərf etdiyi əməklə ölçülür. Əksər məhsulların müasir, yüksək səviyyədə ixtisaslaşmış istehsalında bir çox insanların əməyi təcəssüm olunmuşdur. Lakin bu əməyi istehsalçılar özləri qiymətləndirmirlər.

Obyektiv və real qiymətləndirmə bazarda bu mal başqa mallara mübadilə edildiyi zaman baş verir. Məhz bu zaman məlum olur ki, o, nə qədər lazımlıdır və istehlakçılar tərəfindən nə dərəcədə qiymətləndirilir. Başqa sözlə, əgər kimsə birdən adi mətbəx qazanını qızıldan istehsal edəcək və onu baha satmaq istəyəcək (onda böyük miqdarda təcəssüm edilmiş zəhmətə görə), bu heç də o demək deyil ki, qazanı alacaqlar: cəmiyyət belə malı rədd edə bilər, çünki onun qiyməti faydalılığına qeyri-adekvat olacaq.

Əmtəə-pul mübadiləsi mübadilə münasibətlərinin inkişafının obyektiv qanunauyğunluğudur. Əgər mübadilənin ilk variantı sadə mübadilə münasibətləri idisə, ikincisi əmtəə - pul mübadilə münasibətləridir.

Sxem 1: Sadə və əmtəə-pul mübadiləsinin sxemi
Sadə mübadilə



Mənbə: Sxem müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Əmtəə-pul münasibətləri təkrar istehsalın kateqoriyasıdır. O, tədavül dairəsinin, müstəqil olaraq pulun və kredit sisteminin istehsaldan istehlaka doğru hərəkətini tənzim edən fəaliyyət dairəsini əhatə edir.

Ölkədə əmtəə tədavülü və dəyər qanunun fəaliyyəti təkrar istehsalın obyektiv zəruriliyini xarakterizə edir.

Cəmiyyətin həyatında baş verən əsaslı dəyişikliklər ümumi daxili məhsulun istehsalı prosesinin idarə olunması və təşkilinin mövcud sistemi cəmiyyət tərəfindən yeni ictimai-iqtisadi məzmunla malik olan əmtəə-pul münasibətlərindən istifadə olunmasını özündə birləşdirir.

Belə şəraitdə əmtəə-pul münasibətləri insanlar arasında məzmun və formasına görə prinsipcə yeni iqtisadi əlaqələri ifadə edir və buna görə də cəmiyyətin inkişafı tarixinin əvvəlki pillələrində olan əmtəə-pul münasibətlərindən əsaslı surətdə fərqlənir.

Müasir təsərrüfatçılıq şəraitində əmtəə-pul münasibətlərindən yeni məzmununda, mövcud iqtisadiyyatın inkişafı məqsədilə istifadə olunur. Əmtəə istehsalı mövcud olan bütün ictimai-iqtisadi formasiyalarda pul sisteminin əsasını bazar, ticarət təşkil edir.

Ölkədə tədavülə buraxılan pul kütləsi ilə mal kütləsi arasında iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış nisbət olmalıdır. Başqa sözlə, tədavüldə olan pul kütləsi elə bir minimum zəruri miqdarda olmalıdır ki, o, bir tərəfdən əhalinin alıcılıq qabiliyyətli tələbinə uyğun olaraq tədavülə buraxılan malların dövrü normal satışını, digər tərəfdən isə pulun banklar ilə əhali arasında normal hərəkətini təmin etsin.

Əmtəə-pul münasibətləri fəaliyyət göstərən istehsal üsulları şəraitində pul tədavülünün ümumi qanunu tədavül üçün zəruri olan pulun miqdarı qanunudur.

Pulun dövriyyəsi təkrar istehsal prosesindən asılıdır, onun qanunauyğunluqlarına tabedir. Tədavülə buraxılan pul yalnız tədavül vasitəsi funksiyasını deyil, eyni zamanda yığım vasitəsi və dünya pulu funksiyasını yerinə yetirir. Əmtəə-pul münasibətləri mexanizminə istehlak malları bazarından başqa valyuta bazarı, pul nümunələrinin emissiyası, kommersiya banklarının ödəniş-hesablama və kredit fəaliyyəti, müxtəlif növ ödənişlər və s. daxildir. Əmtəə pul münasibətlərinin sxemini 2-ci şəkildən aydın görmək olar.

Əmtəə-pul münasibətləri bazar fəaliyyətini xarakterizə edir. Bazar – mürəkkəb fikirlərin, anlayışların tarixi adıdır, əmtəə-pul münasibətləri isə elmi təfəkkür üzrə adını göstərir. Bu münasibətlər sistemində mala onun yalnız fiziki (m, kq, kv, adəd) parametrləri deyil, eyni zamanda bu prosesin həyata keçirilməsində göstərilən xidmətlər, pul, kredit və s. daxildir. Pul dövriyyəsi müxtəlif xarakterli istehsal münasibətlərini xarakterizə edir. Tədavülə buraxılan pulun miqdarı, əsasən tədavülə buraxılan mal kütləsinin miqdarından, qiymətlərin səviyyəsindən, pulun və malın dövriyyə sürətindən asılıdır.

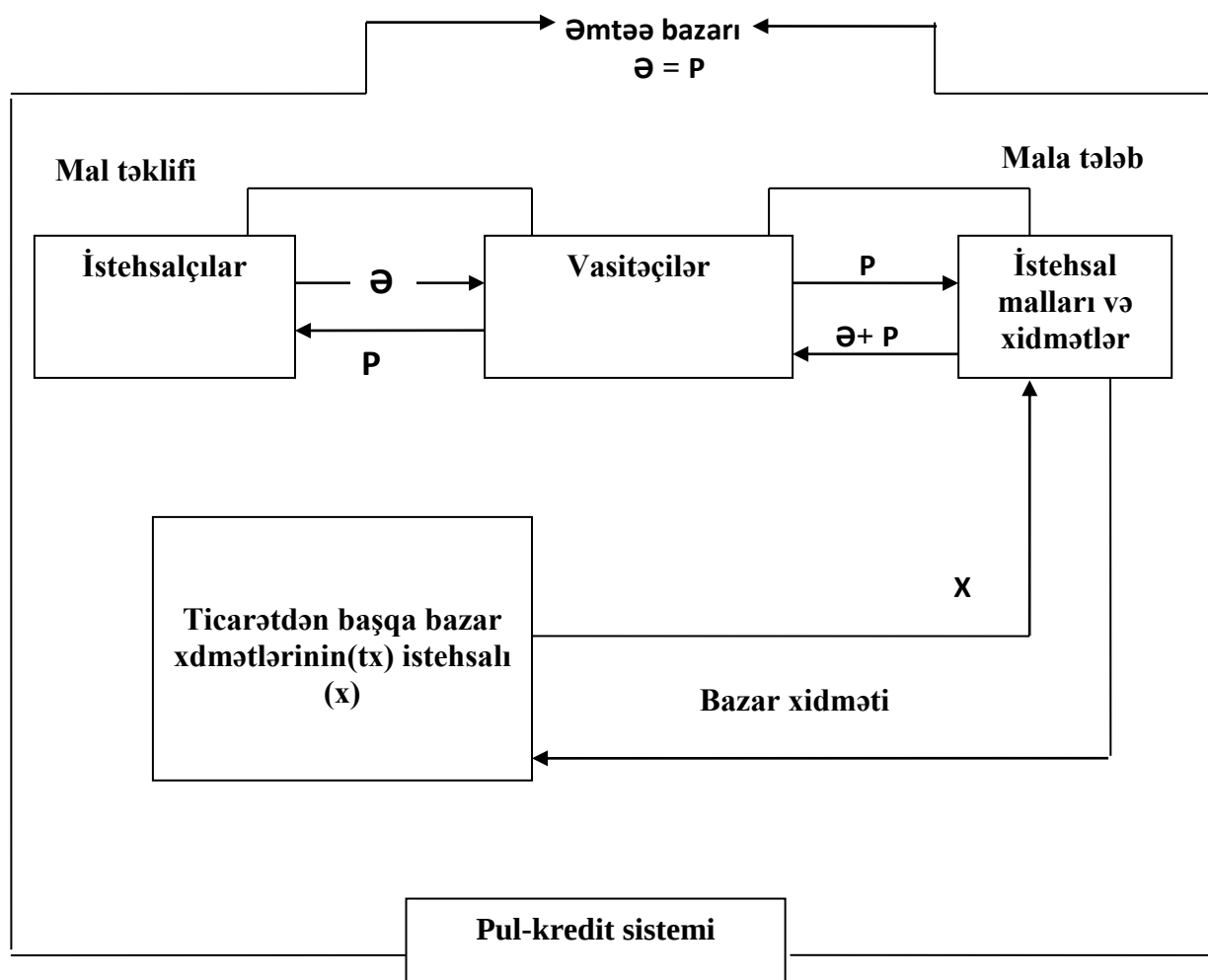
Ticarət əmək məhsullarının və xidmətlərin mübadiləsi formasıdır. Mübadilə isə cəmiyyətin ilk pillələrində ictimai əmək bölgüsünün meydana çıxdığı – maldarlığın əkinçilikdən ayrıldığı bir dövrdə meydana gəlmişdir.

İbtidai icma quruluşu dövründə istehsal vasitələri üzərində kollektiv mülkiyyət hökm sürdüyündən, yeyinti məhsulları icma üzvləri arasında bərabər paylanırdısa, paltar, geyim və bəzək şeyləri, silah növləri hər kəsin şəxsi mülkiyyəti sayılırdı.

Məhsuldar qüvvələr inkişaf etdikcə əmək alətləri təkmilləşib, icmalar içərisində əmək bölgüsü keçir, tayfalar yaranır və əmək bərabərsizliyi meydana çıxırdı.

Əmtəə-pul münasibətləri inkişafının ümumi baxımdan təhlili göstərir ki, onun inkişaf meyilliyi kəmiyyət göstəricilərinin daim artması ilə xarakterizə edilir. 2018-cı ildə ölkədə ümumi daxili məhsulun istehsalı özündən əvvəlki ilə nisbətən 14.9, sənaye məhsulu 23.5 faiz artmış, kənd təsərrüfatı məhsulunun ümumi həcmi 8,9 %, pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi isə 5.6 % artmışdır.

Sxem 2: Əmtəə -pul münasibətlərinin sxemi



Mənbə: İ.Ə. Feyzullabəyli “Ticarət iqtisadiyyatı” I hissə, dərslik, 2002, səh 25

Əmtəə-pul münasibətlərinin inkişafında maliyyə-kredit və təsərrüfat müstəqilliyi sistemləri özlərinin stimullaşdırıcı rolunu artırmağı mümkün bilməmiş, qiymətqoyma mexanizmi pozulmuş, daxili məhsul istehsalının effektivliyinin artırılması uğrunda mübarizədə istehsalın və əməyin stimullaşdırıcı vasitələri təsirli fəaliyyət göstərə bilməmiş, dəyər əlaqələrindən kifayət qədər istifadə olunmamışdır. Bütün bunlar bütövlükdə respublikanın iqtisadiyyatına, o cümlədən, əmtəə-pul, ticarət, maliyyə-kredit münasibətlərinə öz təsirini göstərmişdir. (İ.Ə.Feyzullabəyli 2002, s.24).

Uzun illərin təcrübəsi göstərmişdir ki, inkişafın müxtəlif mərhələlərində əmtəə-pul münasibətlərinin məzmunu tamamilə dəyişmiş, lakin onların mövcud olması və istifadə edilməsinin obyektiv zəruriliyi aradan qalxmamışdır. Belə ki, ölkədə əmtəə-pul münasibətlərinin zəruriliyi mövcud iqtisadi quruluş ilə müəyyən edilir və əsasən bir-birini şərtləndirən bir sıra amillər ilə izah edilir.

Bu amillərdən ən mühümü ictimai əmək bölgüsünün mövcud olmasıdır ki, bu da əmtəə istehsalını və əmtəə tədavülünü zəruri edən əsas şərtidir, ictimai əmək bölgüsü nəticəsində istehsalçılar ayrı-ayrı məhsul istehsalına görə ixtisaslaşırlar. Bazar münasibətləri şəraitində bu ixtisaslaşma getdikcə dərinləşir və nəticədə yeni-yeni istehsal alətləri meydana gəlir. Əmək bölgüsü nəticəsində istehsalçılar ayrı-ayrı sahələr üzrə və bir-birinin qarşısında müstəqilləşirlər. Onlar öz təsərrüfat fəaliyyətlərini kommersiya müstəqilliyi əsasında həyata keçirirlər. Müəssisələr arasında təsərrüfat əlaqələri daha da genişlənir, məhsul mübadiləsi həyata keçirilir və bir-birinin məhsuluna qarşı ehtiyacları artır. Bütün bunlar təsərrüfat müstəqilliyi şəraitində hər bir istehsalçının öz əməyinin nəticəsinə görə maddi marağı olması məhsul mübadiləsinin pul vəsaitinə, alqı-satqı qaydası ilə həyata keçirilməsini, bunlar arasında əmtəə-pul münasibətlərinin mövcud olmasını zəruri edir. (K.P.Paşayev və b. 2010, 55s).

Məlum olduğu kimi, istehsal cəmiyyətin inkişafı üçün başlıca şərtidir. Istehsal münasibətləri əsasən ticarət vasitəsilə həyata keçirilir, həll olunur, çünki istehsal sferasının özü də «Ticarət-istehsal prosesi» ticarət modeli kimi təzahür edir. Bu modelə «bölgü» və «mübadilə» sferaları da əlavə olunarsa, məlum olur ki, bütün

istehsal proseslərinin məcmuuna nisbətən ticarət prosesləri məcmuusunun həm üfüqi, həm şaquli baxımdan geniş olduğunu görürük. Istehsal texnologiyasının həcmi və strukturu bazarda alıcı və satıcı subyektlərinin tələblərinə uyğun gəldikdə, sosial-iqtisadi və siyasi inkişaf üçün şərait yaranır, cəmiyyətin inkişafı digər şərtlər eyni olduqda, məhz bu münasibətlərin həcmi ilə müəyyən olunur.

Əmtəə-pul münasibətləri malların istehsal və satış proseslərində bir tərəfdən istehsalçılar, mal yeridən vasitəçilər, digər tərəfdən istehsal ilə son istehlakçılar arasında ictimai-iqtisadi münasibətlərdir. Ayrılıqda götürülmüş mal tədavülü ictimai istehsal sistemində malların realizə olunmasından ibarətdir. O, ictimai məhsulun tərkib hissələrini əhatə edərək, ictimai təkrar istehsalın bütün dairələrini – istehsalı, bölgünü, mübadiləni, hətta istehlakın böyük bir hissəsini əhatə edir. İctimai məhsulun tərkib hissələri isə istehsal vasitələri, kənd təsərrüfatı məhsulları və xalq istehlakı malları kimi təsnifləşdirilir (İ.Ə.Feyzullabəyli, 2002, səh 71)

Ticarətdən başlayan məhsulun hərəkəti bir qayda olaraq istehsal, bölgü, mübadilə dairələrindən keçir və son istehlakla tamamlanır. Bu mürəkkəb təkrar istehsal prosesində istehsal ilə aralıq və son istehlak arasında müəyyən qanunauyğunluqlar və ziddiyyətli dialektik qarşılıqlı əlaqələr vardır. Bölgü və mübadilə dairələri birgə fəaliyyətdə olmaqla vəhdət təşkil edir və ilkin istehsal dairəsi ilə son istehlak arasında təkrarlanan alqı-satqı fəaliyyətinin subyektləri kimi özünü göstərməklə, həmin əlaqələrdə vasitəçilik funksiyalarını yerinə yetirən, onlar arasındakı həmin ziddiyyətlərin həlli mexanizmini yaradır.

Mübadilənin ən yüksək inkişaf etmiş forması olan ticarət öz növbəsində təkcə ictimai istehsalın digər sferaları ilə sıx əlaqələr vasitəçisi kimi çıxış etmir, eyni zamanda həmin sferaların tərkibində özünü göstərir.

Bu əlaqələr ikili xarakter daşıyır:

Ticarət insanın inkişafının maddi əsasını təşkil edən istehsalın məqsədli funksiyasını realizə edir. Istehsalın məqsədi isə ictimai istehsalın və fərdlərin maddi ehtiyaclarının, tələbatının dolğun ödənilməsindən ibarətdir. (İ.Ə.Feyzullabəyli, 2002, səh 28)

Ticarət əhalinin həyat səviyyəsinin güzgüsüdür. Ticarət haqqında cari informasiyalar adamların maddi yaşayışının səviyyəsini özündə əks etdirir. Yalnız onu qeyd etmək lazımdır ki, istehlak malları istehsalının 7,9%-i öz alıcılarını tapmır, müəssisələrin anbarında yığılıb qalır.

Istehlak malları istehsalının tələbdə əmələ gələn dəyişikliyə uyğun formalaşdığı, kənd təsərrüfatı məhsullarının satın alınmasının, malların idxalının aşağı düşdüyü bir şəraitdə ticarətin bütün formalarının pərakəndə satış qiyməti yüksək sürətlə artmışdır ki, bu da daxili bazarda əhalinin alıcılıq qabiliyyətinə öz təsirini göstərir.

Dəyər qanunu tələblərinin həyata keçirilməsində ticarətin mühüm rolu və əhəmiyyəti vardır. O, dəyərin formasının dəyişilməsi funksiyasını yerinə yetirir. Mal-pul münasibətləri şəraitində bunsuz ictimai məhsulun təkrar istehsalı qeyri-mümkündür.

Istehlak malları ticarətinin pul tədavülü ilə sıx əlaqəsi vardır. Məlum olduğu kimi, hər bir ölkədə pul tədavülünün normal fəaliyyətdə olmasına cəhd göstərilir. Bununla bağlı, tədavülə buraxılan pul kütləsi ilə mal kütləsi arasında əsaslandırılmış nisbətin təmin olunması mühüm şərtidir. Başqa sözlə, tədavüldə olan pul kütləsi elə bir zəruri minimum miqdarda olmalıdır ki, o, bir tərəfdən əhalinin alıcılıq qabiliyyətli tələbinə uyğun olaraq tədavülə buraxılan malların dövrü normal satışını, digər tərəfdən isə pulun banklar sistemi ilə əhali arasında normal hərəkətini təmin etsin. Pul tədavülü düzgün olmayanda, necə deyərlər, pul dönüb gərəksiz kağıza çevrilə bilər və ölkəni inflyasiyaya düşür edə bilər.

Yalnız onu qeyd etmək lazımdır ki, 2018-ci ildə pul gəlirlərinin 77 %-i və ya 12135 milyard manatı əhalinin mal və xidmətlərə olan ehtiyacını ödəmək məqsədinə yönəldilmişdir.

Mal dövriyyəsini genişləndirmək və pulu xidmətləri inkişaf etdirmək, mal dövriyyəsinin sürətini artırmaq, malların sərbəst, eyni zamanda dövlət tərəfindən tənzimlənən qiymətlərlə satılmasına nail olmaq və s. yollarla nəgdlə pulların tədavülünə təsir göstərmək olar.

Beləliklə, ticarət ictimai təkrar istehsalın effektivliyini müəyyənləşdirir, istehsalı istehlakla əlaqələndirir, mübadilə proseslərini və bunun vasitəsilə istehsalla istehlak arasında qarşılıqlı əlaqələri həyata keçirir.

Hər şeydən əvvəl, qeyd etmək lazımdır ki, müxtəlif mülkiyyət formalarına mənsub olan müəssisələrin müstəqil təsərrüfatçılığının və özünü idarəetmənin inkişafını, onların sahə və sahələrarası, məhəlli və məhəlliarası assosiasiyalarda könüllü birləşmələrini, özünü doğrultmayan, zərərle işləyən müəssisələrin, təşkilatların, trestlərin ləğv edilməsini nəzərdə tutmalıdır. İstər dövlət, istərsə də digər mülkiyyət sahələrinin müəssisələri əsl müstəqil təsərrüfat vahidləri olmalı, öz fəaliyyətinin nəticələrinə özləri məsuliyyət daşımalı, iqtisadi və təsərrüfat məsələlərinin həllində müstəqil olmalı, özünün təsərrüfat işlərini yalnız bazar mexanizminin tələblərinə və istehlakçının marağına uyğun qurmalıdır. Ticarətdə bu keyfiyyətlər onun xərclərini minimum zəruri edir, maliyyə, maddi və əmək resurslarına qənaət edilməsinə təsir göstərir, məhsulun keyfiyyətini qoruyur, istehlakçıların marağını qoruyur və tələblərini ödəyir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində müəssisələr, firmalar, fərdlər arasında bütün iqtisadi münasibətlər ticarət, alqı-satqı vasitəsilə həyata keçirilir.

Məlum olduğu kimi, iqtisadiyyat istehsal münasibətlərinin məcmusudur, o, hər bir ölkənin xalq təsərrüfatının təkcə mövcud istehsal üsulunun xarakterik cəhətlərini deyil, eyni zamanda onların fərqləndirici xüsusiyyətlərini də əks etdirir. İqtisadiyyat maddi istehsal sahələrini, sənayeni, kənd təsərrüfatını, ticarəti və qeyri-istehsal sahələrini əhatə edir. Buraya adamların tələbatı maddi və mənəvi ehtiyaclarının ödənilməsi də daxildir.

Bazar iqtisadiyyatı ilə bağlı olan münasibətlər – alqı-satqı, kommersiya, yəni, ticarət vasitəsilə həyata keçirilir və reallaşır. Bazar ölkənin xalq təsərrüfatının bir sahəsi deyil, təsərrüfat meydanıdır. Burada öz atributları və infrastrukturuları ilə birlikdə təkrar istehsalın bütün fazaları – istehsal, bölgü, mübadilə və istehlakın fazalarının hər biri ayrılıqda sıx qarşılıqlı əlaqələr və şərtləndirmələr şəraitində fəaliyyət göstərirlər. Bu əlaqələr sistemində ticarət başlıca rol oynayır. Belə ki, ticarət iqtisadi əlaqələrin əsas aparıcısı olduğuna görə xalq təsərrüfatının

sağlamlaşdırılması prosesində ona xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bu məqsədlə ticarətin sosial-iqtisadi və elmi-texniki inkişafında problemlərin həllinə yanaşılmasında məqsədli yanaşılmalıdır.

Beləliklə, ticarət bazar fəaliyyəti üçün ilkin şərtidir və o, bazarın mövcud olmasını, varlığını şərtləndirir. Ticarətsiz bazar ola bilməz. Ona görə də müasir təsərrüfatçılıq şəraitində ticarət xalq təsərrüfatının mühüm tərkib hissəsi olmaqla, əhəlinin istehlakının təşkilində, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında mühüm əhəmiyyəti və rolu vardır.

1.2. Pul tədavülü və bazar münasibətləri şəraitində mal dövriyyəsinin müəyyən edilməsində onun tənzimlənməsi məsələləri

Pul əmtəə mübadiləsində ümumi ekvivalent və ictimai əmək məsrəfləri uçotunun ümumi forması kimi təzahür edir. O, yalnız istehsal olunmuş maddi nemətlərin simvolik inikasıdır. Pul təkcə əmtəələrin ümumi ekvivalenti və ictimai əmək məsrəfləri uçotunun ümumi forması deyil, o, eyni zamanda ictimai təkrar istehsalın sürətləndirilməsi, insanların həyat səviyyəsinin artması naminə məhsul istehsalına və bölüşdürülməsinə nəzarət vasitəsidir.

Geniş təkrar istehsal prosesi, maddi nemətlərin istehsalı və tədavülü dəyərlərin dövriyyəsinə, onların formasının dəyişilməsini şərtləndirir. Əmtəə istehsalı mövcud olan bütün ictimai-iqtisadi formasiyalarda pul sisteminin əsasını bazar ticarət təşkil edir. Təsərrüfatın bu sahəsi vasitəsilə ticarətdə və şəxsi istehlak üçün sair mədəni-məişət xidmətlərinin həyata keçirilməsində tələb olunan nəgd pul kütləsinə qarşı tələbat müəyyən edilir.

Ölkədə tədavülə buraxılan pul kütləsi ilə mal kütləsi arasında iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış nisbət olmalıdır, başqa sözlə, tədavüldə olan pul kütləsi elə bir minimum zəruri miqdarda olmalıdır ki, o, bir tərəfdən əhəlinin alıcılıq qabiliyyətli tələbinə uyğun olaraq tədavülə buraxılan malların dövrü normal satışını, digər tərəfdən isə pulun milli və digər banklar ilə əhəli arasında normal hərəkətini təmin etsin.

Beləliklə, təkrar istehsal prosesində maddi dəyərlərin dövriyyəsi pul dövriyyəsinin maddi əsasını təşkil edir. Pul tədavülü – tədavül sferasında pulun fasiləsiz olaraq hərəkəti, ödəniş və tədavül vasitəsi kimi mövcud olmasını xarakterizə edir. Ömtəə-pul münasibətləri fəaliyyət göstərən bütün istehsal üsulları şəraitində pul tədavülünün ümumi qanunu üçün zəruri olan pulun miqdarı qanunudur (Mazarki A.A. 2010.-378 s.).

Pulun dövriyyəsi təkrar istehsal prosesindən asılıdır, onun qanunauyğunluqlarına tabedir.

Lakin, bununla yanaşı, pul təkrar istehsal prosesinə təsir edir, onun normal fəaliyyətini təmin etməklə, bu prosesin müxtəlif fazalarını sürətləndirir.

Bazar münasibətləri şəraitində təsərrüfatın həyata keçirilməsinin ümumi prinsipləri, mal istehsalı və pulun xüsusiyyətləri ilə və eləcə də ölkədə kredit və bank sisteminin spesifik xüsusiyyətləri ilə şərtlənən pul dövriyyəsinin xüsusi forması mövcud olmuşdur. Pul dövriyyəsi müxtəlif xarakterli istehsal münasibətlərini ifadə edir və dövlət tərəfindən xalq təsərrüfatının inkişafı naminə istifadə olunur. Pul dövriyyəsi ciddi plan əsasında, iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış nəğd və nəğdsiz pul dövriyyəsinin qanunla müəyyən olunmuş hərəkətinə əsaslanır. Pulun bank kreditində iştirakının həyata keçirilməsi respublikanın vahid kredit sisteminə təzahür edir (İ.Ə.Feyzullabəyli, 2007, 17 s)

Bütün pullu ödənişlər, onların formalarından asılı olmadan ölkənin pul tədavülünü özündə əks etdirir. Nəğdsiz pul ödənişlərinin həyata keçirilməsi nəğdsiz pul dövriyyəsinə təşkil etməklə pul tədavülünün mühüm hissəsini təşkil edir. Bazar münasibətlərinə keçid şəraitində nəğd və nəğdsiz pul ödənişləri uçotunun səmərəli təşkili pul tədavülünün düzgün tənzim edilməsində, bank resurslarının yaranmasında, kredit münasibətlərinin təşkilində müəssisələrin (firmanın) işinə nəzarətin həyata keçirilməsində və pul hesablamaları ilə əlaqədar tədavül xərclərinə qənaət olunmasında mühüm əhəmiyyəti vardır.

Nağd pul əsasən dövlət və şəxsi müəssisələr arasında, əhali və ayrı-ayrı şəxslər arasında pul hesablaşmalarının həyata keçirilməsi üçün istifadə olunur. Müəs

sisə və təşkilatların kassasında olan nəğd pulun əsas mənbəyini xalq istehlakı mallarının satışından və xidmətlərindən daxil olan pullar təşkil edir. Nəğd pul dövriyyəsinin təşkili və nəğd pul tədavülünün idarə olunması aşağıdakı prinsiplər əsasında həyata keçirilir:

- pul tədavülü ölkədə fəaliyyət göstərən obyektiv iqtisadi qanunu, o cümlədən tədavül üçün zəruri olan pulun miqdarının iqtisadi qanununa uyğun olaraq təşkil olunur;

- nəğd pul tədavülünün idarə olunması mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirilir;

- nəğd pul tədavülü ümumi qayda üzrə dövlətin mərkəzi emissiya bankında cəmləşdirilir;

- pul tədavülünün idarə olunmasının əsas məqsədi ölkədə pul sisteminin möhkəmliyini təmin etmək üçün şərait yaratmaqdan ibarətdir;

- tədavülə buraxılan pulun miqdarı elə təşkil olunmalıdır ki, nəğd pulun dövriyyəsinin təşkili ilə əlaqədar olan məsrəflərin daima aşağı salınmasını və qənaətcillik prinsipinin həyata keçirilməsini təmin edə bilsin.

Nağdsız pul köçürmələri adi qaydada qarşılıqlı tərəflərin tələblərini və eləcə də digər bankların kredit əməliyyatlarından istifadə etməklə, bank vasitəsilə pul vəsaitlərinin mal alan təşkilatın hesablaşma hesabından silib mal satan təşkilatın hesablaşma hesabına köçürülməsini əks etdirir.

Nağdsız pul dövriyyəsinə milli gəlirin bölüşdürülməsi və yenidən bölüşdürülməsi; malların, xidmətlərin və görülən işlərin ödənilməsi; büdcə məsrəflərinin həyata keçirilməsi və büdcə gəlirinin yaradılması ilə əlaqədar ödənişlər; əsaslı vəsait qoyuluşlarının mənbələrinə aid olan ödənişlər; müəssisələrin maliyyələşdirilməsi ilə əlaqədar olan hesablaşmalar; büdcə, sahədaxili və təsərrüfat daxili pul vəsaitlərinin, digər ödənişlərin və daxilolmaların yenidən bölüşdürülməsi və s. daxildir.

Nağdsız pul dövriyyəsində müxtəlif banklarda cari hesablaşmaları olan hüquqi şəxslər və eləcə də əhali iştirak edə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, pul tədavülünün həyata keçirilməsində əsas həlqə müəssisələr hesab olunur. Müəssisələr hüquqi şəxs olub müstəqil təsərrüfat sub-

yektləri kimi çıxış edirlər. Onlar sərəncamlarında olan əmək vasitələrindən istifadə etməklə istehsal edir, məhsulları realizə edir və xidmətlər göstərirlər. Fəaliyyət göstərən qanuna müvafiq olaraq mülkiyyət forması qaydasında müxtəlif növlü, yəni fərdi, ailə, səhmdar, icarə təbəçiliyinə görə müxtəlif tipli (respublika, yerli, kommunal) dövlət, birgə və s. müəssisələr iştirak edirlər. Bunlarla yanaşı müəssisələr könüllülük prinsipi əsasında sahə, ərazi və digər əlamətlərinə görə ittifaq, assosiasiya, konsern, birlik və s. qaydada birləşmək hüququna malikdirlər.

İqtisadi xarakterinə görə hər bir müəssisənin pul tədavülünün tərkibinə daxil olan elementlər fərqləndirilir. Buraya təsərrüfat fəaliyyətini təmin etmək üçün zəruri olan ödənişlər; satış üzrə vəsaitlərin daxil olması; müəssisənin fondlarının maliyyələşdirilməsinə vəsaitlərin daxil olması; müəssisələr haqqındakı qanunda nəzərdə tutulmuş qiymətli kağızların buraxılışı və satışı; müəssisələrin fəaliyyətinin son nəticəsi ödənişlər və s. daxildir. Müəssisələrin pul dövriyyəsinin belə bölgüsü müxtəlif xarakterli göstərilən hesablaşmaların iqtisadi məzmunu üzrə, sənədlər üzrə dövriyyənin daxil olması və ödəniş mexanizminə görə, maliyyə və bank nəzarətinin növləri və metodlarına görə şərtlənir.

Birinci qrup hesablaşmalara istehsal prosesi ilə əlaqədar olan ödənişlər; istehsal vasitələrinin alışı, əmək haqqının ödənilməsi və s. daxildir. Əmək haqqı üzrə tutulan vergilər müstəsna olmaqla, əmək haqqı üzrə ödənişlər və eləcə də əhalinin digər gəlirləri nəgd pul ilə ödənilir. Digər hallarda isə pul köçürmələri nəgdsiz qaydada həyata keçirilir. Nəgd pul ödənişləri ilə nəgdsiz qaydada ödənişlərin nisbəti istehsal vasitələri məsrəfləri ilə əmək haqqı üzrə ödənişlərin məbləği arasındakı nisbətdən asılıdır.

İkinci qrup hesablaşmalara satış prosesi daxildir və məsrəflərin ödənilməsi, yığımın əmələ gəlməsində vəsaitlərin daxil olmasını əhatə edir.

Üçüncü qrup hesablaşmalar müxtəlif maliyyə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar həyata keçirilən ödənişləri əhatə edir. Bütün bu hesablaşmalar əsasən məhsulların satışından sonra, müəssisədə vəsaitlərin dövriyyəsi başa çatdıqda baş verir və göstərilən əmtəə-pul münasibətləri nəgd pul vasitəsi ilə deyil, yalnız pulsuz haqq-hesab, yəni, dəyərlərin satıcı müəssisələrdən alıcı müəssisələrə

köçürülməsi qaydası ilə həyata keçirilir. Bununla əlaqədar olaraq bu münasibətlər cəmiyyətdə nəğd pulun normal tədavülünə bir o qədər təsir göstərmir.

Nəğd pul tədavülünün normal fəaliyyət göstərməsinin iqtisadi əhəmiyyəti daha böyükdür. Nəğd pul xalq istehlakı malları ticarətində və şəxsi istehlak üçün, sair mədəni-məişət xidmətlərinin həyata keçirilməsində istifadə olunur.

Qeyd etmək lazımdır ki, respublikada pul tədavülünün tənzimlənməsində pula qarşı tələbin və təklifin müəyyən edilməsində mühüm əhəmiyyətə malikdir. Pula qarşı tələb pul vəsaitinə qarşı bazarda ümumi tələbi göstərir.

Professor İ.Ə.Feyzullabəylinin fikrincə tədavül üçün zəruri olan pulun miqdarı aşağıdakı üç formada göstərilə bilər:

$$\Theta_{pg} = P_{tm} \quad (1)$$

$$\Theta_{pg} > P_{tm} \quad (2)$$

$$\Theta_{pg} < P_{tm} \quad (3)$$

Burada: Θ_{pg} – əhalinin dövr ərzində pul gəlirləri;

P_{tm} - pulun tədavül üçün zəruri miqdarıdır (İ.Ə.Feyzullabəyli, 2007, 23 s)

Birinci düstur əhalinin pul gəlirləri ilə məsrəflərinin balanslaşmasını göstərir. Həmin balans, eyni zamanda tədavül üçün zəruri olan pulun miqdarına (P_{tm}) müəyyən bir dövr ərzində pul kütləsinin artımı da daxil edilir.

İkinci düstur göstərir ki, pul gəlirlərinin hamisi deyil, yalnız onun bir qismi mallarla təmin edilir, başqa sözlə, tədavüldə pul kütləsi artıqlığı baş vermişdir. Bu kağız pulların sabitliyinin pozulmasını göstərir.

Üçüncü düstur göstərir ki, əhalinin pul gəlirlərinin artmasına baxmayaraq, tədavüldə mal kütləsi o dərəcə artmışdır ki, onun hamısını satın almaq mümkün deyildir.

Tədavül üçün tələb olunan pulun miqdarının ikinci və üçüncü formaları əmtə-pul münasibətlərində baş verən ziddiyyətləri göstərir. Bazar münasibətləri şəraitində ölkə iqtisadiyyatının həcmində dəyişikliklər əmələ gəlmişdir. İstehsalın həcmi özündən əvvəlki illərə nisbətən aşağı düşmüş, əhlinin pul gəlirlərinin həcmi

isə artmış, lakin qiymətlərin yüksək sürətlə artması nəticəsində əhali öz pul gəlirlərinin hamısını sərf etməklərinə baxmayaraq tələbatlarını ödəyə bilməmişlər. Bu isə yuxarıda qeyd edildiyi kimi, tədavülə buraxılan pulun miqdarının müəyyən edilməsində ziddiyyətlərin əmələ gəlməsinə təsir göstərir. Ona görə də müasir şəraitdə iqtisadiyyatın tənzim edilməsində qarşıda duran mühüm vəzifələrdən biri pul tədavülünün tənzim edilməsi üçün bu sahədə mövcud olan çatışmamazlıqları aradan qaldırmaq məqsədi ilə mühüm tədbirlərin görülməsi tələb olunur.

Pulun tədavül üçün zəruri miqdarına düzgün riayət olunması, digər müvafiq amillərlə yanaşı (məhsul istehsalının həcmi, onun strukturu, keyfiyyəti, orta əmək haqqının səviyyəsi və s.) tədavülə buraxılan pulun miqdarının düzgün müəyyən edilməsi ilə bağlıdır. Tədavülə buraxılan pulun miqdarı, əsasən tədavülə buraxılan mal kütləsinin miqdarından, qiymətlərin səviyyəsindən, pulun və malın dövriyyə sürətindən asılıdır. Pulun miqdarı müəyyən edilərkən əhaliyə mədəni-məişət xidmətlərinin məcmuu, eyni zamanda həmin xidmətlər üzrə tariflər də nəzərə alınmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, tədavül üzrə pulun tələb olunan miqdarı aşağıdakı düstur vasitəsilə hesablanır:

$$TP_m = \frac{Q_m - K_m}{V}(4)$$

Burada - P_m – bütövlükdə tədavüldə tələb olunan pulun miqdarını;

TP_m - mal tədavülü prosesində tələb olunan pulun miqdarını;

Q_m – nəğd pula satılacaq malların qiymətlər məbləğini;

K_m – kreditlə satılan malların qiymətlər məbləğini;

V – pulun dəfə hesabı ilə dövriyyə sürətidir (İ.Ə.Feyzullabəyli, 2007, 24 s)

Göründüyü kimi, göstərilən düsturlara müvafiq olaraq mal kütləsi ilə pul kütləsi arasında müəyyən nisbət olmalıdır. Əgər bu nisbət pozularsa, ölkənin iqtisadi həyatında bir sıra iqtisadi çətinliklərin baş verməsinə bilavasitə təsir göstərir.

Ona görə də iqtisadiyyat elmlərinin bütün sahələrində pula qarşı tələbatın dəqiq müəyyən edilməsi mərkəzi məsələlərdən biri hesab olunur.

Klassik pul nəzəriyyəsinə görə tədavüldə tələb olunan pula qarşı tələbatın müəyyən edilməsində pulun sürəti, qiyməti, ümumi səviyyəsindən və eləcə də milli gəlir kimi göstəricilərdən istifadə olunur. Bunlar arasındakı qarşılıqlı əlaqə aşağıdakı düstur vasitəsilə müəyyən olunur:

$$M = PY/V ; V = PY/M \quad (5)$$

Burada: M – tələb olunan pulun miqdarını;

P – qiymətin orta səviyyəsini;

Y – real milli gəliri;

V – pulun dövretmə sürətini göstərir.

Əgər pulun dövretmə sürəti bacarıqlı əməliyyatlar (manipulyasiya) vasitəsilə təyin edildiyi halda son əməliyyatlar manipulyasiyasını deyil, əməliyyatların mahiyyətinin açılmasını (interpretasiyanı) tələb edir. Yuxarıdakı düsturda M -tədavüldə olan pul kütləsinin miqdarını, MD – yəni hər bir firma, müəssisə və s. üçün tələb olunan pul kütləsinin miqdarı ilə əvəz edilərsə, pulun miqdarı aşağıdakı düstur vasitəsilə ifadə olunur:

$$MD = PY/V \quad (6)$$

Bu düstur bir daha sübut edir ki, tədavüldə tələb olunan pulun miqdarı əsasən üç amildən asılıdır:

Əvvəla, tədavülə buraxılan pulun miqdarı qiymətin səviyyəsindən asılıdır. Qiymətlər nə qədər yüksək olarsa, alıcıların mal almaları üçün sərf edəcəkləri pulun miqdarı da çox olur.

İkincisi, tələb olunan pulun miqdarı istehsalın real həcmindən asılıdır. Belə ki, istehsalın həcmi artdıqca gəlirlərin səviyyəsi də artır ki, buda pula qarşı tələbatı artırır.

Tədavülə buraxılan pulun miqdarı son nəticədə pulun dövretmə sürətindən asılıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Amerika iqtisadçılarından D. M. Keyns tədavüldə olan pula qarşı tələbatın müəyyən edilməsində klassik nəzəriyyəni inkar edərək

özünün «Məşğulluq, faiz və pulun ümumi nəzəriyyəsi» adlı kitabında pula qarşı tələbatın müəyyən edilməsində faiz stavkalarının mühüm rol oynadığını xüsusilə qeyd etmişdir. Keyns pula sərvətin mühüm formalarından biri kimi baxmış və pul vəsaitlərinin xüsusi çəkisini onun sahibinin nə dərəcədə pulun likvidlik qabiliyyətinin qiymətləndirilməsindən asılı olduğunu təsdiq etmişdir. O, göstərmişdir ki, pula olan tələb bazarda pul vəsaitinə olan ümumi tələbi göstərir. Pula tələb əməliyyat və spekulyativ tələbə ayrılır (Keyns.J. M. 2002, 352 c)

Pula əməliyyat tələbi – pul tələbinin müəyyən hissəsinin ticarət əməliyyatının həyata keçirilməsi üçün sərf olunan zəruri hissəsini göstərir. Pulun bu hissəsi cari və gələcək əməliyyatların həyata keçirilməsini özündə əks etdirir və o, faiz normasından asılı deyildir.

Pulun spekulyativ tələbi – faiz dərəcələrindən asılı olan pul tələbinin müəyyən hissəsini göstərir.

Bütün bunlar bir daha göstərir ki, müasir təsərrüfatçılıq şəraitində ölkədə tədaviyə buraxılan pulun miqdarının təyin edilməsində professor I.Ə.Feyzullabəylinin və klassik nəzəriyyəçilərin irəli sürdükləri nəzəriyyə məqsədəuyğundur və bunlar tədaviyə buraxılan pulların miqdarının nəzəri əsasda təyin olunmasında mühüm rol oynayırlar. Bu nəzəriyyələr bir daha sübut etmişdir ki, pul tədavülünün normal fəaliyyətinin təmin edilməsində ticarətin rolu çox böyükdür. İqtisadiyyatın səviyyəsi, müvəffəqiyyəti və ziddiyyətləri özlərini məhz pulun dövriyyəsində əks etdirir. Bununla əlaqədar olaraq, əmtəə-pul münasibətləri şəraitində əhəlinin həyat səviyyəsi pul tədavülünün vəziyyətindən asılıdır.

Müasir şəraitdə əmtəə-pul münasibətlərini, xüsusən ticarəti və pul tədavülünü normal vəziyyətə gətirmək üçün sağlam maliyyə, uçot və qiymətkoyma sistemlərini günün tələbləri səviyyəsinə gətirməklə yanaşı, eyni zamanda ticarətin mal dövriyyəsini inkişaf etdirmək, onun strukturunu yaxşılaşdırmaq, pullu xidmətlərin işini nizama salmaq tələb olunur. Bu, pulun vaxtında tədaviyə cəlb olunmasına təsir göstərir. Bu məqsədlə:

- mal dövriyyəsinin natural göstəricilərlə həcmnin artırılmasına nail olmaq.
Bu mal dövriyyəsinə daha az pulla xidmət olunmasını təmin edər;

- malların qiymətlərinin artırılmasını dayandırmaq və onların möhkəm qiymətlərlə satılmasını təmin etmək. Bu, pulun alıcılıq qabiliyyətini artırır və pulun möhkəm kursunu təmin edər;

- məhsul istehsalı həcmının artmasına nail olmaq. Bu əhalinin tələbinin ödənilməsinə təsir etməklə yanaşı, eyni zamanda tədavülə buraxılan pulun düzgün tənzim edilməsinə imkan verir.

Bütün bunlar bir daha göstərir ki, müasir şəraitdə ölkənin makro iqtisadiyyatında pul mühüm rol oynayır və banklar pul təklifinə, tədavül sferasında olan pulun miqdarına mühüm təsir göstərir. Ona görə də respublikanın daxili bazarında qiymət, istehsalın həcmi və məşğulluq səviyyəsi tədavülə buraxılan pulun miqdarını müəyyən edir.

1.3. Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin sosial-iqtisadi mahiyyəti və əhəmiyyəti

Respublika iqtisadiyyatı bir-biri ilə sıx əlaqədə olan müxtəlif sahələrinin - sənaye, kənd təsərrüfatı, tikinti, nəqliyyat, ticarət və s. birgə fəaliyyətinin mürəkkəb mexanizmindən ibarətdir. Təsərrüfatın mühüm sahələrindən biri olan ticarətin özünəməxsus rolu və yeri vardır.

Ticarət istehsaldan daxil olan malları əsasən pərakəndə satış və topdan satış qaydasında reallaşdırır, yəni istehlakçılara çatdırır və ya istehlaka yaxınlaşdırır. Bununla da pərakəndə satış və ya topdan satış mal dövriyyəsi planının yerinə yetirilməsini təmin edir. Əgər topdan satış mal dövriyyəsi tədavül prosesinin başlanğıcını təşkil edirsə, pərakəndə satış mal dövriyyəsi onun son mərhələsini təşkil edir. (Ağamalıyev M.Q., Şükürov T.Ş., 2010 s.209)

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi şəxsi (fərdi) və qismən də kollektiv istehlak üçün mal satışının həcmi ilə xarakterizə olunur.

Müasir şəraitdə pərakəndə satış mal dövriyyəsi həcmının artması əhalinin tələbatını daha dolğun şəkildə ödəmək məqsədinin həyata keçirilməsinə xidmət edir. Ona görə də o, (pərakəndə satış) xalqın həyat səviyyəsini xarakterizə edən ən

mühüm göstəricilərdən biridir. Bu isə onun sosial əhəmiyyətinin nə dərəcədə böyük olduğunu əyani şəkildə sübut edir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi həcmnin artması bilavasitə sənaye və kənd təsərrüfatının inkişafından xarici ticarətdən xeyli dərəcədə asılıdır.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin plana uyğun şəkildə aparılması tədavi ilə buraxılan pul dövriyyəsinin möhkəmliyi və effektivliyi üçün mühüm şərtidir. Müasir şəraitdə təsərrüfatçılıq prinsipinin – kollektivin və ayrı-ayrı işçilərin öz işlərinin son nəticələrinə maddi marağının həyata keçirilməsi işi bilavasitə pərakəndə satış mal dövriyyəsi həcmnin artırılmasından asılıdır.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin artım tempi ilə ölkənin ümumi daxili məhsulunun ayrı-ayrı sahələrinin inkişaf sürətləri arasındakı nisbət, habelə, istehlak malları istehsalının inkişaf sürəti ilə əhəlinin pul gəlirləri arasındakı nisbətlərə təsir edir (T.C.Məmmədov, 2010 səh 321)

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi (onun həcmi, artım tempi) respublikanın iqtisadi və sosial inkişaf göstəriciləri sistemində daxil edilir. Pərakəndə satış mal dövriyyəsi ilə milli gəlirin digər tərkib elementləri arasındakı nisbət istehsalın inkişafı və ölkənin ümumi daxili məhsulunun bölgüsü zamanı nəzərə çarpacaq əhəmiyyət kəsb edir.

Mal dövriyyəsinin həcmi əhəlinin alıcılıq fondunun ümumi həcmnin təxminən 80-85%-ni təşkil edir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinə nağd hesablaşmalar vasitəsilə kredit kartları və bankların hesab çekləri üzrə, əmanətçilərin hesablarından köçürmələr hesabına, nisyə satılan uzunmüddətli malların nümunələr üzrə və s. formalarda əhəliyə satılan istehlak mallarının məcmu dəyəri daxildir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinə aşağıdakı növ mal satışı formaları aiddir:

- ✓ pərakəndə satış ticarət müəssisələri şəbəkəsindən əhəliyə mal satışı;
- ✓ ictimai-iaşə müəssisələri şəbəkəsindən mal satışı;
- ✓ anbardan, tədarük məntəqələrindən, fermer-kəndli təsərrüfatlarından, emalatxanalardan, müxtəlif istehsal müəssisələrindən bilavasitə şəxsi istehlak üçün bəzi növ malların satışı;

- ✓ fərdi tikiş müəssisələrindən həmin müəssisənin materiallarından hazırlanan paltar, ayaqqabı satışı,
- ✓ sifarişçilərin öz materiallarından hazırlanan məmulatlar üçün görülən işlərin dəyəri;
- ✓ mebelin, tikili paltarın, ayaqqabının, mədəni məişət və təsərrüfat təyinatlı malların, habelə mənzilin, evin təmiri üçün alınan pul;
- ✓ dava-dərman və aptek məmulatı satışı;
- ✓ kitab, qəzet, jurnal və s. nəşriyyat məmulatları satışı;
- ✓ müvəqqəti istifadə etmək üçün əhaliyə kirayəyə verilən təsərrüfat və mədəni-məişət mallarının kirayə haqqı;
- ✓ pul-şey lotereyaları üzrə uduşların dəyəri və s.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin tərkibinə xırda topdan ticarət - malların ticarət şəbəkəsinə satışı və xidmət etdiyi əhali kontingenti və cari təsərrüfat ehtiyaclarını ödəmək üçün təşkilat, müəssisə və idarələrə xüsusi təşkil edilmiş xırda topdan satış bazalar tərəfindən satış zamanı əldə edilən pul vəsaiti də aid edilir.

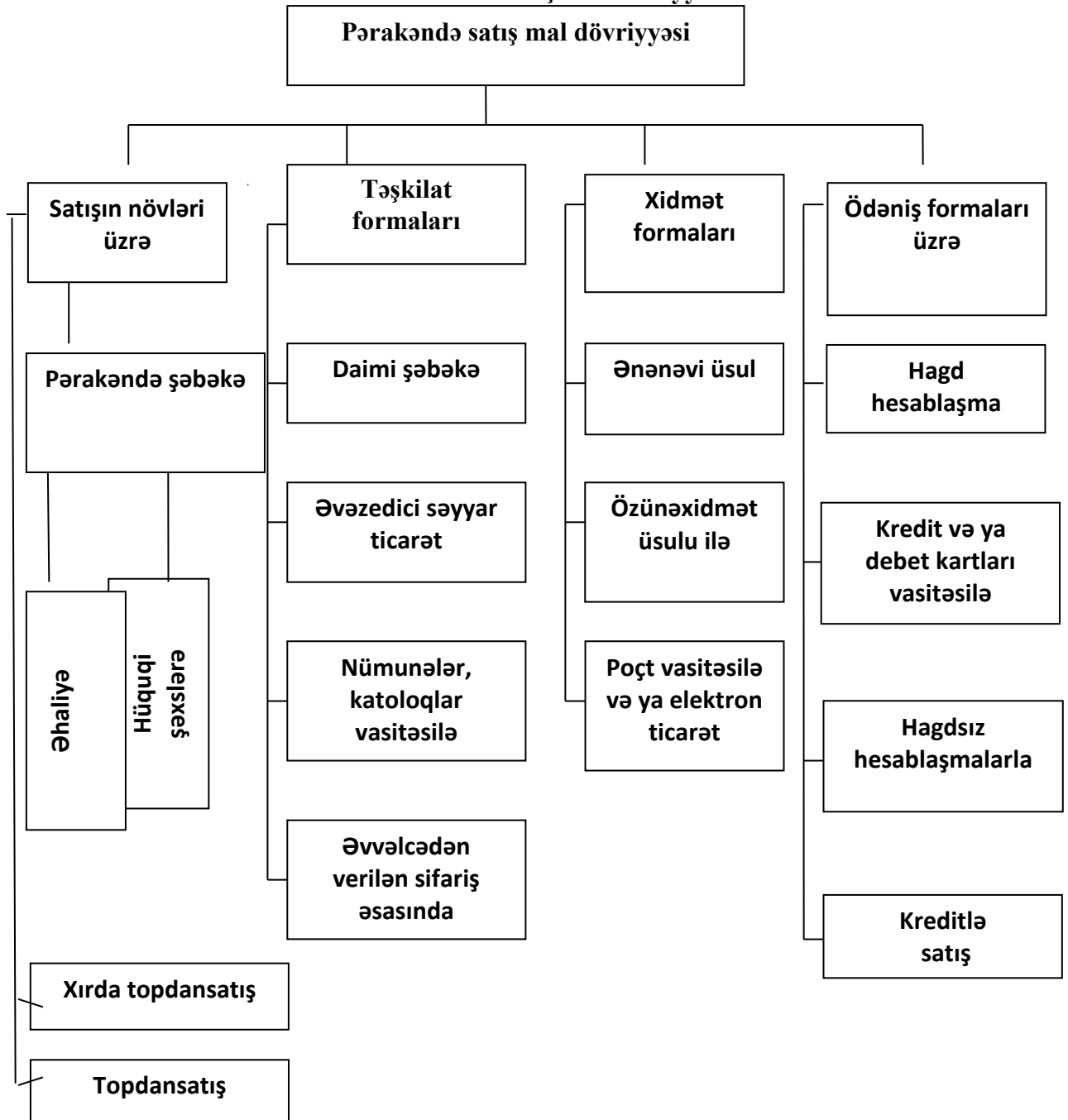
Xırda topdan ticarət bazar fondunun ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının cari təsərrüfat ehtiyaclarının ödənməsi məqsədilə satışını özündə birləşdirir. Ticarətin bu növü «Xırda topdansatış qaydasında müəssisə, idarə və təşkilatlara malların satışı qaydaları»na uyğun olaraq həyata keçirilir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin ümumi həcmində xırda topdan satış ticarətinin xüsusi çəkisi 4-5 faiz təşkil edirdi və hazırda bu aşağı düşmüşdür. Bu əsasən ticarət müəssisələrinin təmərküzləşdirilməsi ilə sıx əlaqədardır.

Müasir şəraitdə pərakəndə satış mal dövriyyəsi əmtəə-pul münasibətləri şəraitində şəxsi tələbatın və istehlak dəyərinin dərk edilməsinin konkret tarixi formasıdır.

Eyni zamanda pərakəndə satış mal dövriyyəsi ölkənin daxili bazarında istehsal ilə istehlak arasındakı qarşılıqlı asılılığı və əlaqəni özündə əks etdirən iqtisadi münasibətlərin son mərhələsini təşkil edir.

Sxem 3: Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin təsnifatı



Mənbə: T.C.Məmmədov“Ticarətin təşkili və texnologiyası”, 2010, səh 378

Mal dövriyyəsinin ümumi həcmi malların istehlakçılara satışının ümumi həcmi ifadə edir. Mal dövriyyəsinin müxtəlif əlamətlərinə görə fərqləndirilməsi aşağıdakı sxemdəki məlumatlar vasitəsilə xarakterizə olunur .

Mal dövriyyəsi ticarətin ümumiləşdirici iqtisadi effektivlik göstəricisidir. O, əhəlinin alıcılıq qabiliyyətinin inkişafını əks etdirir. Mal satışı həcmi artırması əhəlinin tələbatının maksimum ödənilməsinə təsir edir.

Mal satışının böyük sosial-iqtisadi əhəmiyyəti vardır. Ölkə əhalisinin həyat səviyyəsinin vəziyyətini xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biridir.

Mal satışı həcmının artması sənaye və kənd təsərrüfatının inkişafından, mal resursları və ehtiyatlarının vəziyyətindən, əhalinin pul gəlirlərindən və alıcılıq qabiliyyətinin vəziyyətindən asılıdır.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi ticarətin iqtisadi effektivlik göstəricisi olmaqla, o, ölkədə sosial-iqtisadi münasibətlərin müxtəlif tərəflərini əks etdirən mürəkkəb iqtisadi kateqoriyadır. O, ticarətin təsərrüfat fəaliyyətinin müxtəlif tərəflərini ümumiləşdirən sintetik göstəricidir. Mal dövriyyəsi bütün satış kanalları vasitəsilə əhaliyə mal satışının ümumi həcmi özündə əks etdirir. Onun həcmi və səviyyəsi ölkədə fəaliyyət göstərən müxtəlif pərakəndə satış ticarət müəssisələri vasitəsilə və mal, qarışıq və ərzaq bazarları vasitəsilə əhaliyə mal satışının həcmi əsasında formalaşır. Qeyd etmək lazımdır ki, müasir təsərrüfatçılıq şəraitində pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi hüquqi şəxslərin mal satışı haqqındakı statistik müşahidələrinə əsaslanır.

- ✓ bütün iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə əhaliyə mal satışını həyata keçirən iri və orta müəssisələr üzrə mülkiyyətin formalarından asılı olmayaraq;

- ✓ kiçik tipli pərakəndə satış və kütləvi iaşə müəssisələri üzrə;

- ✓ mülkiyyətin formalarından asılı olmayaraq əhaliyə mal satışını həyata keçirən iri və orta topdan satış və topdan vasitəçi, kommersiya vasitəçi, təchizat və s. müəssisələr üzrə;

- ✓ digər birgə müəssisələr üzrə;

- ✓ əhaliyə mal satışını həyata keçirən rabitə müəssisələri üzrə;

- ✓ əhaliyə yanacaq, yerli tikinti materialları satışını həyata keçirən yanacaq-təchizat müəssisələri üzrə.

Mal satışı prosesi statistik məlumatlar və müşahidələr əsasında müəyyən edilir. Ona görə də statistik külliyyatlarda ekspert qiymətləndirmə nəzərə alınmaqla təşkil olunmamış daşınmaların həcmi və malların maddi, qarışıq və ərzaq bazarlarında satışının həcmi haqqında məlumatlar verilir.

Müasir şəraitdə alqı-satqı müqaviləsi üzrə mal satışını həyata keçirən satıcı vasitəsilə mallar əhaliyə şəxsi, ailəvi, ev və ya sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi məqsədilə satılır. Bütün hallarda malların satışından alınan vəsaitin həcmi kassa aparatı tərəfindən uçota alındığı üçün onun dəyəri pərakəndə satış mal dövriyyəsinin tərkibinə daxil olur. Hazırkı şəraitdə malların hansı məqsədə alınmasının satıcı tərəfindən müəyyən edilməsi qeyri-mümkün olduğu üçün, həcmi kassa tərəfindən uçota alınan bütün satışlar dövriyyənin tərkibinə daxil olur.

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin təlimatına müvafiq olaraq “pərakəndə satış mal dövriyyəsi nəgd hesablaşmalarla əhaliyə mal satışı”na deyilir.(ADSK-nın materialları)

Həmin təlimatda pərakəndə satış mal dövriyyəsinin tərkibinə eyni zamanda bir sıra yuridik şəxslər (ictimai təyinatlı; xəstəxanalara; uşaq müəssisələrinə, əlillər və qocalar evlərinə və s.) pərakəndə satış ticarət müəssisələrindən, xırda topdan satış bazalardan və kütləvi iaşə müəssisələrindən onların kontinentinə ərzaq malları və hazır məhsulun nəgdsiz hesablaşmalarla mal satışının həcmi də daxildir.

Əvvəllərdə pərakəndə satış mal dövriyyəsinin tərkibinə daxil olan nəgdsiz hesablaşmalarla hüquqi şəxslərə qeyri-ərzaq mallarının satışı, hazırda həmin şəxslərin xüsusi ehtiyaclarının ödənilməsi məqsədini daşdığı üçün hazırda bu növ satışlar topdan satışın tərkibinə daxildir.

Mal satışı faktiki qiymətlərlə, ƏDV və aksizlər də daxil olmaqla pərakəndə satış qiymətilə ifadə olunur.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi daxili ticarət üzrə bütövlükdə ölkənin sosial-iqtisadi vəziyyətinin qiymətləndirilməsi göstəricisi kimi çıxış edir. Mal satışı tədaviyə ehtiyacı olan pul dövriyyəsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir, büdcəyə daxilolmaların həcmi müəyyən edir və ölkə iqtisadiyyatının bir sıra makroiqtisadi göstəricilərini əks etdirir.

Mal satışının artım sürəti, onun quruluşunun dəyişilməsi vasitəsilə əhalinin həyat səviyyəsinin dəyişilməsi haqqında mühakimə yürütmək olar.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi təkrar istehsal prosesinin fasiləsizliyini təmin edən, malların istehsaldan istehlaka doğru hərəkətini tənzim edən son göstərici he-

sab olunur. Onun həcmnin dəyişilməsi milli iqtisadiyyatın mühüm proporsiyalarını istehsal vasitələri istehsalı ilə istehlak şeyləri istehsalının artım sürətinin nisbətlərini, milli gəlirin istehlak və yığım fondlarına bölüşdürülməsini, milli gəlirdə fərdi əmək haqqının payını, mallara əhalinin tələbinin ödənilməsi miqyası və səviyyəsini xarakterizə edir.

Iqtisadi kateqoriya müəyyən qrup iqtisadi münasibətlərdə ifadə olunmaqla onun mahiyyətini müəyyən edir. Ona görə də əhalinin pul gəlirlərinin alqı-satqı qaydasında bazarda zəruri mallara və xidmətlərə mübadiləsi və bu mübadilə ilə əlaqədar iqtisadi münasibətlər pərakəndə satış mal dövriyyəsinin mahiyyətini ifadə edir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi eyni zamanda daxili ticarətin bir sahə kimi, fəaliyyətinin nəticələrini, ölkə, regional və yerli səviyyədə quruluşunu ifadə edir.

Ölkə səviyyəsində mal dövriyyəsinin həcmi gömrük sistemi və ev təsərrüfatının məlumatları və eləcə də mal satışının mal ilə təmin olunması balansının tərtibi vasitəsilə mal resursları ilə əlaqələndirilir.

Regional səviyyədə pərakəndə satış mal dövriyyəsinin ümumi həcmi ev təsərrüfatında əhalinin pul gəlirlərinin mal alışı məsrəflərinə sərf olunması haqqındakı statistik məlumatları ilə sıx əlaqələndirilir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA PƏRAKƏNDƏ SATIŞ MAL DÖVRIYYƏSİ INKIŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİ

2.1. Azərbaycan Respublikası əhalisinin həyat səviyyəsi və mal dövriyyəsinin inkişafında onun rolu

Həyat səviyyəsi anlayışı əhalinin təkrar istehsalı ilə bağlı olub, onların necə yaşadığını xarakterizə etmək üçün istifadə olunur. Bu anlayışın köməkliyi ilə insanların fiziki, sosial və mənəvi tələbatlarının ödənilməsi dərəcəsi ifadə olunur, hər cür mürəkkəb və çoxsahəli sosial-iqtisadi münasibətlər sistemini ifadə edir. Əhalinin həyat səviyyəsinin qiymətləndirilməsi zamanı onların maddi, mənəvi, sosial və intellektual tələbatlarının hansı səviyyədə ödənilməsi ilə yanaşı, ölkənin mövcud vəziyyətində həmin tələbatların inkişaf səviyyəsinin də əsas götürülməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Əhalinin həyat səviyyəsinin məzmunu digər iqtisadi kateqoriyalar kimi, bazar iqtisadiyyatı şəraitində köklü dəyişikliklərə uğramışdır.

Əhalinin həyat səviyyəsi əhalinin əmək haqqı və digər gəlirləri, maddi həvəsləndirmə metodu, yoxsulluq və sosial bərabərsizlik, əhalinin sağlamlığı, mədəni səviyyəsi ilə əlaqədar olduğu üçün onun böyük iqtisadi əhəmiyyəti vardır. Belə ki, hər bir ölkə əhalisinin fəaliyyətinin nəticəsi olan həyat səviyyəsi onların fəaliyyətinin daxili xüsusiyyət və imkanlarını, ictimai həyatın əsas proseslərini əks etdirir.

Qeyd etmək lazımdır ki, «həyat səviyyəsi» kateqoriyasının məzmununu heç də bütün iqtisadçılar eyni başa düşmür. Əhalinin həyat səviyyəsi statik göstərici deyil. İnkişaf edən tələbat sistemi, tələbatın ödənilmə dərəcəsi və faktiki istehlakın həcmi və strukturu ilə müəyyənləşir. Maddi rifah əhalinin yaşadığı ölkənin ümumi iqtisadi durumu, struktur dəyişmələri və perspektiv investisiya problemləri ilə formalaşır və inkişaf edir.

Maddi rifah həyat səviyyəsinin bir tərəfidir. Sosial rifah, intellektual səviyyə, istehlak davranışı və xidmət istehlakı həyat səviyyəsinin kompleks tədbirlər çoxluğu.

Iqtisadi ədəbiyyatlarda həyat səviyyəsinin tədqiqi və proqnozlaşdırılması əsasən iki istiqamətdə həyata keçirilir: qlobal miqyasda, məqsədli funksiya baxımından və əhalinin rifahının bu və ya digər cəhətlərini əks etdirən differensiallaşma cəhətdən yanaşılır.

Əhalinin həyat səviyyəsinin differensiallaşmış modelinin bir sıra amillərin bölgü və yenidən bölgü, gəlir, qiymət və inflyasiya ilə sıx əlaqədardır.

Ölkədə sosial-iqtisadi inkişaf proqramının və xalqın rifahının yüksəldilməsinə yönəldilmiş tədbirlərin həyata keçirilməsi iqtisadi vəziyyətin sabitləşməsinə, ölkə əhalisinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasına təsir etmişdir.

Həyat səviyyəsi istehsalın inkişaf səviyyəsindən və mövcud sosial-iqtisadi vəziyyətdən irəli gəlməklə insanların maddi, sosial və mədəni tələbatlarının ödənilməsi dərəcəsini özündə əks etdirir. O, həm siniflərin, sosial qrupların və insanların tələbatının inkişafından və həm də onların istehsal və istehlak etdikləri maddi nemətlərin və xidmətlərin kəmiyyət və keyfiyyətindən asılıdır.

Əhalinin həyat səviyyəsinin mövcud bazar münasibətləri şəraitində sabitliyinin təmin olunması ölkədə istehsalın hərtərəfli və sürətlə inkişaf edilməsindən asılıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkədə istehsalın inkişaf səviyyəsi ilə əhalinin həyat səviyyəsi arasında dinamik vəhdət, qarşılıqlı əlaqə və asılılıq cəmiyyətin inkişafının mühüm amilidir.

Aparılan təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, 2019-cı ildə respublikada 81681 mln. manatlıq ümumi daxili məhsul istehsal olunmuşdur. Bu dövrdə əhalinin hər nəfərinə düşən ümumi daxili məhsul istehsalının həcmi ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən 37,0 % artaraq 4851.2 man. və ya 4332.1 dollara bərabər olmuşdur. 2018-ci ildə ümumi daxili məhsul istehsalının 60,5 faizi maddi istehsal sferasının, 39,5 faizi isə xidmət sferasının payına düşdüyü halda, 2006-cı ilin müvafiq dövründə bu göstərici uyğun olaraq 68,5 % və 31,5 % təşkil etmişdir.

Ümumi daxili məhsul istehsalının quruluşunda sənayenin xüsusi çəkisi 62.9 %, kənd təsərrüfatında 1,7 %, tikintidə 8,8 % , nəqliyyatda 6,2 %, rabitədə 2 %,

ticarət və xidmətdə 7,8 %, sosial və digər fərdi xidmətlərdə 3,3 %, və xalis vergilərdə 7,1 % olmuşdur.

Istehsalın həcmində və quruluşunda əmələ gələn dəyişikliklər yeni iş yerlərinin açılması və s. ilə əlaqədar dövlətin ardıcıl olaraq həyata keçirdiyi tədbirlər ilə sıx əlaqədardır. Nəticədə 2018-ci ilə olan məlumata görə ölkədə məşğul olan əhalinin sayı 4879.5 min nəfər olmuşdur ki, bu da ölkə əhalisinin 48,3 faizini təşkil etmişdir. Bu göstərici özündən əvvəli dövrlə müqayisədə 1.01 % artmaq deməkdir. 2019-cı ildə məşğul olan əhalinin tərkibində muzzla işləyənlərin sayı əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən 7 % artmışdır. Bütün bunlar ölkədə əhalinin gəlirlərinin artmasına təsir göstərmişdir. Yalnız onu qeyd etmək lazımdır ki, 2018-ci də ölkədə ümumi daxili məhsul istehsalının həcmi özündən əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən 19,5 % artdığı halda, əhalinin gəlirləri 7,6 % artmışdır ki, bu da əmək məhsuldarlığının artım sürətinin əmək haqqının artım sürətinə nisbətən üstün artdığını göstərir. Cari ildə əhalinin gəlirlərinin həcmi 49187,9 min man olmuşdur.

Müqayisə olunan dövr ərzində əhalinin gəlirlərinin həcmi aşağıda verilmiş cədvəldəki məlumatlardan aydın görmək olar.

Cədvəl 1: Ölkə üzrə əhalinin pul gəlirlərinin müqayisəli

	2015-ci il	2016-cu il	2017-ci il	2018-ci il	Özündən əvvəlki ilə nisbətən%	2015-ci ilə nisbətən
Əhalinin nominal gəlirləri, mln. man	39472.2	41744.8	45395.1	49187.9	108.4	124.8
- adambaşına, man	4435,2	4638.3	4934.2	5018.9	107.5	113.2
sərəncamda qalan gəlirlər, min man	8672.6	6781.4	5620.1	4689.5	83.4	54.0
- adambaşına, man	1080,4	797.8	591.9	478.2	80.8	44,2

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir. <https://www.stat.gov.az/source/trade/>

Cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, 2018-ci ildə ölkə əhalisinin hər nəfərinə düşən gəlirlərin həcmi ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən 107,5 %, 2015-ci ilə nisbətən isə 113% cox olmuşdur. Vergilər və transferlər ödənildikdən sonra əhalinin sərəncamında 4689.5 min man vəsait qalmışdır ki, bu da keçən ildəkinə

nisbətən 18,4 % az olmuşdur. Statistik təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, cari ildə əhalinin gəlirləri ilə xərcləri arasında müəyyən uzaqlaşmalar əmələ gəlmişdir.

Cədvəl 2: 2015-2019-cu illər ərzində əhalinin gəlirləri və xərclərinin dinamikası (mln. manatla)

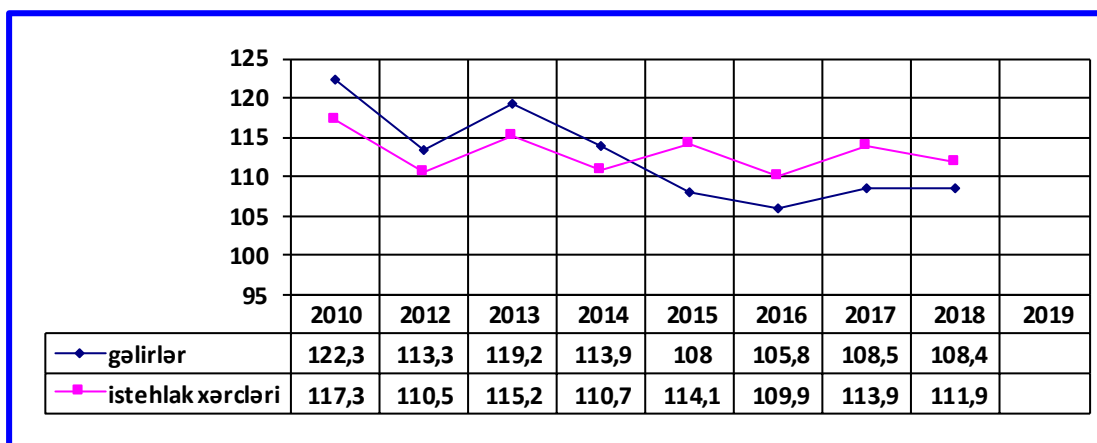
İllər	Əhalinin gəlirləri	Əhalinin xərcləri	Gəlirlərin xərclərdən artıq (+) və ya az (-) olması
2015	39472.2	30799.6	8672.6
2016	41744.8	34963.4	6781.4
2017	45395.1	39775.0	5620.1
2018	49187.9	44498.4	4689.5
2019			

Mənbə: ADSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, cari ildə əhalinin gəlirləri ilə xərcləri arasında müəyyən uzaqlaşmalar əmələ gəlmişdir.

Cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, əhalinin gəlirlərinin həcmi xərclərdən çox olmuşdur. Əhali gəlirlərinin 30%-dən çox hissəsini məşğulluqdan (əsas və əlavə əmək haqqından) əldə olunan gəlirlər təşkil etmişdir.

Qrafik 1: Əhalinin gəlirləri və xərcləri , əvvəlki ilə nisbətən %-lə



Mənbə : ADSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

2018-cı ildə ölkə iqtisadiyyatında çalışan işçilərin orta aylıq əmək haqqı 529,7 man təşkil etmişdir ki, bu da əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən 20,3 % artıq olmuşdur. Müəssisə və təşkilatlarda çalışan əvəzçilərin orta aylıq əmək haqqı 63,5 man və mülki-hüquqi xarakterli müqavilələr üzrə işləyənlərin orta aylıq əmək haq-

qları isə 103,4 man olmuşdur. Bununla yanaşı, 2018-cı ildə müəssisə və təşkilatlarda işçilərə 869,7 min manatlıq sosial xüsusiyyətli ödəmələr verilmişdir ki, bunlar da əhalinin gəlirlərinin artmasına təsir etmişdir.

Müqayisə olunan dövr ərzində əhali gəlirlərinin 81,8 %-i istehlak, 8,9 %-i vergilər, sosial sığorta və könüllü üzvlük haqqının ödənilməsinə, 9,5 %-i isə əmanətlərin və kapitalın artırılmasına müsbət təsir göstərmişdir. Təhlil nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, 2015-ci ildə bu göstərici əhali gəlirlərinin 25%-ni təşkil edirdi.

Əhalinin yoxsulluq həddi 2015-ci ildə özündən əvvəlki illərə nisbətən 29,3 faizdən 4,9 faizədək azalmışdırsa, sonrakı illərdə bu göstərici artmışdır. Belə ki, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən 2017-ci il yanvarın 1-ə olan yoxsulluq səviyyəsi 5.9% təşkil edib

Əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində asudə vaxt mühüm rol oynayır. Məlum olduğu kimi, cəmiyyətin bir sutkalıq vaxtı üç hissədən – iş vaxtından, istehlak (yatmaq, yemək, geymək və bunları təşkil etmək) vaxtından və asudə vaxtdan ibarətdir. Bunların içərisində asudə vaxt şəxsiyyətin inkişafına sərf etdiyi vaxtdır. Buraya çox geniş strukturlu tədbirlər kompleksi aiddir: öz –özünə təhsil almaq, biliklərini artırmaq, mütaliə etmək, mədəni, dini, ruhi istehlak, idman və bədən tərbiyəsilə məşğul olmaq və s. Deməli, asudə vaxt işdənəkar vaxtın bir hissəsi kimi çıxış edir, digər hissəsi isə istehlak vaxtından ibarətdir.

O, insanların intellektual səviyyəsinin yüksəldilməsində mühüm rol oynayır. Asudə vaxtı çox olan ölkə ən zəngin ölkə hesab olunur. İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində sutkada onun miqdarı 6,5-7,5 saata bərabərdir. Azərbaycan Respublikasında isə bu göstərici 2,5-3,0 saat olmuşdur.

Asudə vaxtın artırılması üçün istehlak vaxtının qısaldılması tələb olunur. Bu sosial problemin həllində əhaliyə ticarət, kütləvi iaşə, nəqliyyat xidmətlərinin daha da yaxşılaşdırılması mühüm rol oynayır. Ticarətin pərakəndə satış mal dövriyyəsi əhalinin şəxsi istehlak fondunun 85-87%-ə qədərini təşkil edir. Son illərdə əhalinin alıcılıq qabiliyyətində və qiymətlərin səviyyəsində əmələ gələn dəyişikliklər dövriyyəsinin həcmi artırmışdır.

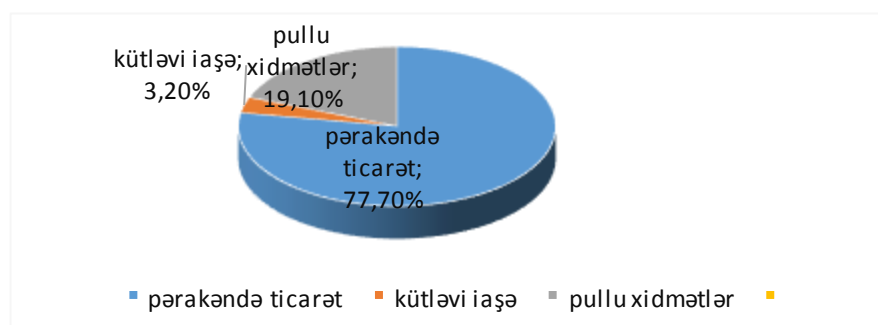
**Cədvəl 3: Pərakəndə satış mal dövriyyəsi və pullu xidmətlər
mln man**

	2015	2016	2017	2018	2019	Özündən əvvəlki ilə nisbətən %-lə	2015-ci ilə nisbətən %-lə
Cəmi	29974.1	34295.1	39215.5	45305.9	47755.1	105.4	159.1
Pərakəndə ticarət dövriyyəsi	22001.7	25721.1	30190.3	35268.1	37090.0	105.2	168.5
Kütləvi iaşə	956.0	1111.2	1215.4	1401.8	1533.3	109.4	160.4
Pullu xidmətlərin həcmi	7016.4	7462.8	7809.8	8636.0	9131.8	105.7	130.2

Mənbə: ADSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, cari ildə pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən 11,9 % artmışdır. Dövriyyənin 0,1 %-ə qədər dövlət ticarəti, 34,9 %-i hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıqla məşğul olan fiziki şəxslərin, 35,7 %-i yarmarkaların, 17%-i rəsmi qeydiyyatdan keçmiş qeyri-dövlət təşkilatlarının, 11,4%-i isə kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının payına düşmüşdür. Özəl sektorun müəssisələri tərəfindən əhaliyə 37072.2 mln. manatlıq və ya ötən ilə nisbətən 5,2 % çox pullu xidmətlər göstərilmişdir. Müqayisə olunan dövr ərzində dövriyyənin quruluşu dəyişmiş və keyfiyyətə yaxşılaşmışdır.

Qrafik 2: 2019-cu ildə pərakəndə ticarət və xidmət sektorunun payı



Mənbə: ADSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Belə ki, əgər 2015-ci ildə dövriyyənin 50,1 %-i ərzaq, 49,9 %-i qeyri-ərzaq mallarının payına düşürdüsə, 2018-cı ildə bu göstərici müvafiq olaraq 50,3% və 49,7 % olmuşdur. Müqayisə olunan dövr ərzində əhaliyə 9,8 %-dən çox ərzaq və 16,1 %-dən çox isə qeyri-ərzaq malları satılmışdır. Nəticədə 2018-cı ildə

respublika əhalisinin hər nəfərinə 3777,1 manatlıq mal satılmışdır ki, bu da əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 153,4 manatlıq və ya 104,2 % çox mal satılmışdır.

Dövriyyənin göstərilən pullu xidmətlərin həcmində, onların quruluşunda əmələ gələn dəyişikliklər 2019-cı ildə əhalinin həyat səviyyəsinin ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən artdığını göstərir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu artımda qiymət indeksi də mühüm rol oynamışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatı heç də əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi üzrə məsələləri tam həll etmir. Bu vəzifənin həll edilməsində dövlətin əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması sahəsində həyata keçirdiyi tədbirləri xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır. Bu tədbirlər ardıcıl və məqsədəyönlü olmalıdır. Ölkənin müharibə vəziyyətində olduğunu, torpaqlarımızın 20%-ə qədərinin işğal olunduğunu, qaçqın və köçkünlərin torpaq problemlərinin həll olunmadığını nəzərə alsaq, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində sahibkarlar da dövlətə yaxından köməklik göstərməlidirlər. Bütün bunları nəzərə alaraq respublika əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədilə aşağıdakıların nəzərə alınması məqsədəuyğun olardı:

1. Dövlət tərəfindən əmək haqqının artırılması siyasətindən qiymətlərin sabitliyinin təmin olunması və onların səviyyəsinin aşağı salınması siyasətinə keçirilməsi. Bu ucuz başa gələn yerli xammal və materialların istehsala cəlb olunması, bütün resurslardan səmərəli istifadə olunması əsasında məhsul istehsalının maya dəyərinin aşağı salınması, hər cür israfçılığa qarşı mübarizənin gücləndirilməsi hesabına həyata keçirilməlidir.

2. İstehlak kooperasiyasının yenidən qurulması və tədarük fəaliyyətinin daha da genişləndirilməsi.

3. Əhalinin istehlakının və pullu xidmətlərin yaxşılaşdırılmasında xidmət səviyyəsinin artırılması

2.2. Pərakəndə satış mal dövriyyəsi inkişafının müasir vəziyyəti

Bazar münasibətləri şəraitində ticarətin inkişafının iqtisadi mexanizminin tərkib hissələrinin hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Müasir dövrün tələblərinə müvafiq surətdə sahənin sosial-iqtisadi inkişafını təmin etmək üçün, həmin mexanizmlərin ayrılıqda hər birindən və bütövlükdə onların qarşılıqlı əlaqələr və qarşılıqlı şərtləndirmə xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla kompleks şəkildə istifadə edilir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi tədavi sferasında fəaliyyət göstərən sahələr vasitəsilə həyata keçirilir. Bu baxımdan respublikanın mal dövriyyəsi tədarük, topdan satış, pərakəndə satış və xarici ticarət dövriyyələrini əhatə edir.

Ölkə iqtisadiyyatının yüksəldilməsində əhəmiyyətli rol oynayan mal dövriyyəsinin inkişafı daim diqqət mərkəzində olmuşdur. Onun inkişafının cəmiyyətin sosial-iqtisadi tərəqqinin nailiyyətlərindən və ölkədə fəaliyyət göstərən iqtisadi qanunların tələblərindən irəli gələn özünəməxsus qanunauyğunluqları vardır. Bu qanunauyğunluqlar aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Mal dövriyyəsinin ümumi və hər nəfərə düşən həcmi artır.

Cədvəl 4: 2015-2019-cu illərdə respublikada pərakəndə satış mal dövriyyəsinin inkişafı

Göstəricilər	2015	2016	2017	2018	2019
Satışın bütün növləri üzrə pərakəndə satış mal dövriyyəsi (mln. man.)	26983.3	29974.1	34295.1	45305.9	47755.1
Əhalinin hər nəfərinə düşən pərakəndə satış mal dövriyyəsi (manatla)	2336.8	2699.2	3132.5	3623.2	3777.1

Mənbə: ADSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu qanunauyğunluq, əsasən, əhalinin pul gəlirləri ilə bağlıdır. Əhalinin pul gəlirlərində baş verən dəyişikliklər pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi və strukturunda öz əksini tapır. Əhalinin pul gəlirlərinin artması pərakəndə satış mal dövriyyəsinin ümumi həcmində, eləcə də orta hesabla bir nəfərə düşən dövriyyənin artmasında öz əksini tapır (pul gəlirlərinin azalması mal dövriyyəsinin inkişafına mənfi təsir göstərir). Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin inkişafı istehlak malları istehsal sahələrinin, inkişafından asılıdır.

Cədvəldən göründüyü kimi, artıq 2019-cü ildə mal satışının ümumi həcmi 2015-cı ilə nisbətən 1,8 dəfə, adabşına düşən həcmi isə 1,6 dəfə artmışdır.

Aparılan tədqiqatlar nəticəsində məlum olmuşdur ki, respublikanın hətta müharibə illərinin məlumatları da daxil olmaqla elə bir təsərrüfat ili olmamışdır ki, pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi artmasın. Onun həcmi özündən əvvəlki illərə nisbətən yüksək sürətlə artmışdır.

Lakin, son illərdə mal dövriyyəsinin həcmi və onun hər nəfərə düşən məbləğinin artması heç də qanunauyğun amillərin təsiri altında əmələ gəlməmişdir. Bu amillər respublikanın iqtisadiyyatının inkişafında baş verən dəyişikliyə müvafiq olaraq ardıcıl olaraq dəyişmişdir. Belə amillərə pərakəndə satış qiymətlərinin səviyyəsini, ticarət müəssisələrinin xalq istehlakı malları ilə təchiz olunması mənbələrini, əhalinin alıcılıq qabiliyyətini, ticarət müəssisələrinin respublikadan kənar digər müəssisələrlə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrini və s. göstərmək olar.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin fiziki və hər nəfərə düşən həcmi özündən əvvəlki illərə nisbətən durmadan artması hər şeydən əvvəl respublikanın ictimai-iqtisadi vəziyyətindəki dəyişikliklər ilə müşahidə olunur.

Cədvəl 5: 2015-2019-cu illər üzrə Azərbaycan Respublikasında pərakəndə satış mal dövriyyəsinin makrostrukturunu %-lə

	2015	2016	2017	2018	2019
Pərakəndə satış mal dövriyyəsi- cəmi	100	100	100	100	100
o cümlədən ;					
a) ərzaq malları	53.4	50.1	50.3	49.9	49.7
b) qeyri ərzaq malları	46.6	49.9	49.7	50.1	50.3

Mənbə: ADSK-nin materialları <https://www.stat.gov.az/source/trade/> əsasında tərtib edilmişdir.

Pərakəndə satış mal Mal dövriyyəsinin strukturu müntəzəm olaraq dəyişilir və keyfiyyətə yaxşılaşır. Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin strukturu bir sıra amillərdən, o cümlədən istehsalın həcmi və quruluşundan, əhalinin pul gəlirlərinin səviyyəsindən, əhalinin sayından, tərkibindən, iqlim şəraitindən və s. asılıdır.

Mal dövriyyəsinin strukturu əhalinin iqtisadi vəziyyətini xarakterizə edir. Respublikada mal dövriyyəsinin makrostrukturunu xarakterizə edən göstəricilərə (5-ci cədvələ) nəzər salaq.

Cədvəldən göründüyü kimi, 2015-2019-cı illərdə ümumi pərakəndə satış mal dövriyyəsinin çox hissəsini ərzaq malları təşkil edir. Müstəqilliyin ilk illərində bu göstərici məcmu satış mal dövriyyəsinin 76%-ni təşkil etmişdirsə, lakin sonrakı dövrlərdə bu rəqəm ildən-ilə azalmağa başlayaraq və 2019-cu ildə 49,7% təşkil edir.

Məsələn, 2015-ci ildə ərzaq malları üzrə pərakəndə satış mal dövriyyəsi ümumi dövriyyənin 53,4%, 2016-cı ildə 50,1%, 2018-ci ildə isə 49,9% təşkil edir. Başqa sözlə, bu illərdə qeyri-ərzaq mallarının xüsusi çəkisi fasiləsiz olaraq artmağa başlayır. Əhalinin pul gəlirləri artıqca qeyri-ərzaq mallarının dövriyyədə xüsusi çəkisi də artır. Ərzaq mallarının isə xüsusi çəkisi aşağı düşür. Buna baxmayaraq, ərzaq malları üzrə dövriyyənin strukturunda ət, və ət məhsulları, meyvə-tərəvəz və ümumiyyətlə, keyfiyyətli ərzağın xüsusi çəkisi müntəzəm olaraq artır.

3. Şəhərə nisbətən kənd mal dövriyyəsinin daha yüksək sürətlə artması. Bu qanuna uyğunluq, əsasən, qeyri-ərzaq mallarına şamil edilir. Çünki, kəndlərdə fermer-kəndli təsərrüfatın genişləndirilməsi natural istehlakı pullu istehlakdan üstələyir. Bununla əlaqədar pul gəlirlərinin çox hissəsi qeyri-ərzaq mallarının satın alınmasına yönəldilir.

4. Mal dövriyyəsinin artım sürəti ölkənin şəhər və rayonları (regionları) üzrə daim dəyişir. Bu qanuna uyğunluq məhsuldar qüvvələrin səmərəli yerləşdirilməsi və əhalinin miqrasiyası ilə bağlıdır. Məsələn, Sumqayıt, Mingəçevir, Daşkəsən və sair şəhərlərin, həmin şəhərlərdə yeni istehsal müəssisələrinin işə salınması ilə bağlı əhalinin, o cümlədən əmək resurslarının bir hissəsinin digər şəhər və rayonlara nisbətən daha sürətlə artmasını zəruri etdi.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi inkişafını göstərən bütün bu amillərin təsir dərəcəsiindən asılı olaraq onlar birbaşa və ya əlaqəli formada ola bilər.

Cədvəldən göründüyü kimi, respublikada pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmi yüksək sürətlə artmışdır. Lakin, bu heç də əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin tam realizə olunmasını xarakterizə etmir. Onun normal inkişafının təmin olunması dövriyyə ilə yanaşı, əhalinin hər nəfərinə düşən mal satışının həcmindən də aydın görəmk mümkündür. Əhalinin hər nəfərinə düşən dövriyyənin həcmi və onun dəyişilməsi istiqaməti onların alıcılıq fondunu, yəni əhalinin pul gəlirlərinin mal alışına sərf olunan hissəsinin artmasına da öz təsirini göstərir. Cədvəldən göründüyü kimi, əhalinin hər nəfərinə düşən mal satışının həcmi son 2019-cu ildə 2018-ci ilə nisbətən 4,5 %- artmışdır. Müqayisə olunan dövr ərzində əhalinin pul gəlirləri 2018-ci ildə 7,3%, 20017-cı ildə isə 4,4% artdığı halda, əhalinin pul məsrəflərinin artım tempi onların pul gəlirlərinin artım tempindən çox olmuşdur.

2018-ci ildə ölkədə makroiqtisadi sabitlik, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi, istehlakçıların tələbinin daha dolğun ödənilməsi, malların çeşidinin və keyfiyyətinin artması ölkədə ticarət və pullu xidmətlərin inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərmişdir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin strukturu müntəzəm olaraq dəyişilir və keyfiyyətə yüksəlir, yaxşılaşır. Bu əhalinin maddi vəziyyətinin durmadan yaxşılaşması, istehlakı malları istehsalının strukturunun dəyişməsi, malların keyfiyyətinin daim yaxşılaşdırılması, yaşayış binaları tikintisinin artması, xalqın mədəni səviyyəsinin və estetik zövqünün daim inkişaf etməsi və s. ilə şərtlənir.

Bu qanunauyğunluq da istər bütünlükdə respublikamızda, istərsə də ayrı-ayrı rayonlarda müşahidə olunur.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin ümumi həcmində ərzaq malları üzrə dövriyyənin xüsusi çəkisi daim azalır və bunun müqabilində qeyri-ərzaq malları istehlakı artır. Bu xalqın sosial-rifahının daim yaxşılaşmasını göstərir. Belə ki, ərzaq malları istehsalının insan orqanizminin xüsusiyyəti ilə əlaqədar olaraq müəyyən bir həddi var.

Qeyri-ərzaq malları istehlakı və həmin mallara tələbat daim artmaqdadır. Əhali ərzaq malları üzrə istehlakını ödədikdən sonra alıcılıq qabiliyyətinin qalan

hissəsini qeyri-ərzaq mallarının alınmasına yönəldir. Yalnız 2019-cı ildə əhaliyə 2.2 malları satılmış, onların real həcmi müvafiq olaraq 9,2 və 19,7 % artmışdır.

5-ci cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, dövriyyənin quruluşunda əgər ərzaq mallarının xüsusi çəkisi üstünlük təşkil edirsə də, bu göstəricinin qeyri-ərzaq mallarının xeyrinə olaraq dəyişilməsi müşahidə olunur. Bu da əhalinin maddi vəziyyətinin və alıcılıq qabiliyyətinin artması ilə sıx əlaqədardır. Dövriyyənin quruluşunda nəinki ərzaq və qeyri-ərzaq malları arasındakı nisbətlər dəyişir, eyni zamanda həmin mal qruplarının hər birinin tərkibində ciddi keyfiyyət dəyişiklikləri baş verir.

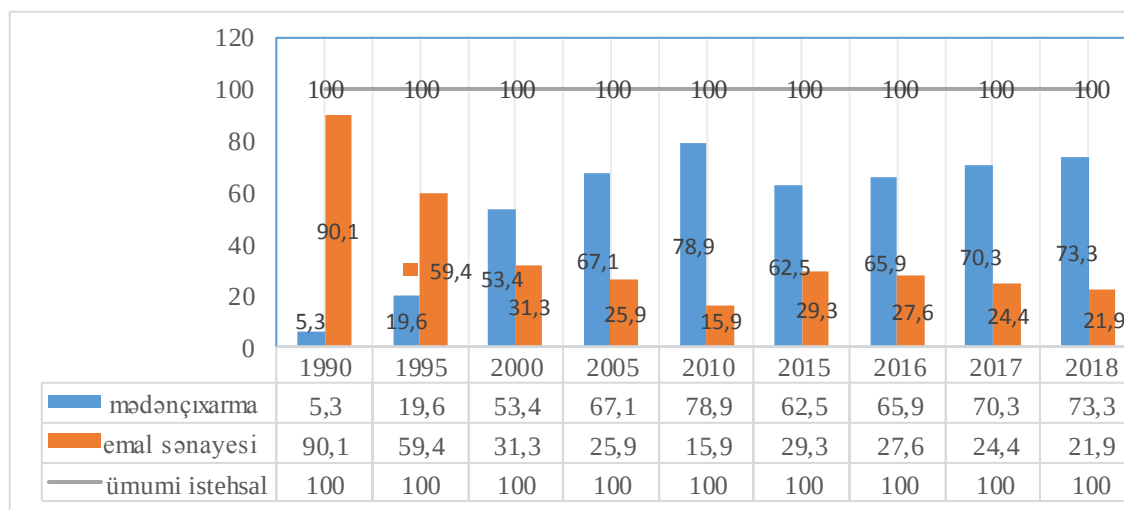
Cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, son illərə qədər mal dövriyyəsinin ümumi həcmində ərzaq mallarının xüsusi çəkisinin artması ilə bərabər həm də keyfiyyət dəyişikliyi də müşahidə olunur. Belə ki, əvvəla, insan orqanizminin fizioloji xüsusiyyətləri ilə əlaqədar olaraq adamların ərzaq mallarına olan tələbatının müəyyən bir həddi vardır. Digər tərəfdən, həmin tələbat ödənildikdən sonra, əhalinin artmaqda olan alıcılıq fondundan artıq qalan pul vəsaiti əsasən tələbatın ciddi olmayan qeyri-ərzaq mallarına yönəldilir.

Mal dövriyyəsi inkişafının həmin qanunauyğunluğu göstərilən amillərlə yanaşı, əhalinin hər nəfərinə düşən pul gəlirlərinin artması, onun mədəni səviyyəsinin və estetik zövqünün daha da inkişaf etməsi və s. ilə şərtlənir. Lakin, son illərdə respublikada müharibə ilə əlaqədar olaraq dövriyyənin quruluşu ərzaq mallarının xeyrinə üstün artmışdır. Mal dövriyyəsinin strukturu nəinki ərzaq və qeyri-ərzaq malları arasındakı nisbətlər üzrə dəyişilir, eyni zamanda həmin mal qruplarının hər birinin tərkibində ciddi dəyişikliklər də baş vermişdir. Təhlil nəticəsində müəyyən olunur ki, mal dövriyyəsinin əsas tədarükçüsü kimi, istehlak mallarının istehsalında son dövrlərdə gerilik müşahidə olunur. Diaqramdan göründüyü kimi, Azərbaycanda əgər 1990-cı ildə ümumi istehsalda qeyri neft sektorunun payı 90,1 % təşkil edirdisə, bu göstərici 2018 –ci ildə 21,9% -təşkil etmişdir.

Istehlak mallarının 70 %-ə qədərini təşkil edən ərzaq məhsullarının istehsalı da ötən ilə nisbətən daha çox (30,4%) azalmışdır. Daha böyük gerilik ət, kolbasa məmulatlarının, ət yarımfabrikatlarının, kərə və bitki yağlarının, konservlərin, mar-

qarın, mineral suların və s. istehsalında olmuşdur. Istehsal olunan ərzaq mallarının 8,2 %-ə qədəri qalıq şəklində anbarlarda realizə olunmamış şəkildə qalmışdır.

Qrafik 3: Ölkədə sənaye istehsalının ümumi həcmi %-lə



Mənbə: ADSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

2018-cı ildə sənaye məhsulları istehsalının həcmi ötən ilə nisbətən 139,2 faiz səviyyəsində yerinə yetirilmişdir. Xüsusilə, televizor, radioqəbuledici qurğuları, telefon aparatlarının, soyuducuların, kondisionerlərin, mikrokalkulyatorların, mətbəx maşınlarının, sintetik yuyucu vasitələrin, uşaq arabalarının, mebelin və s. istehsalının həcmi aşağı düşmüşdür. Yalnız onu qeyd etmək lazımdır ki, respublikanın sənaye məhsulunun quruluşunda yüngül və yeyinti məhsulları istehsalının xüsusi çəkisi ötən ilə nisbətən xeyli dəyişilmişdir. Belə ki, 2017-cı ildə respublikanın sənaye məhsulları istehsalının həcmi 95,4 %-i malların, 4, 6%-i isə xidmətlərin payına düşmüşdür. Yüngül və yeyinti sənaye məhsulları istehsalının həcmində əmələ gələn əsaslı dəyişikliklər dövriyyənin quruluşuna da öz təsirini göstərmişdir.

Yalnız onu qeyd etmək lazımdır ki, əgər əvvəlki illərdə adambaşına düşən heyvandarlıq məhsulları, xüsusən süd və süd məhsulları, ət və ət məhsulları istehsalı artdığı halda, son illərdə respublika əhalisinin alıcılıq qabiliyyətində əmələ gələn dəyişikliyə müvafiq olaraq əhalinin kartof, müxtəlif növ şəkər və qənnadı məhsulların satışı artmışdır. <https://moluch.ru/archive/30/3450/>

Bütün bunlar respublikada pərakəndə satış mal dövriyyəsinin quruluşuna da öz təsirini göstərmişdir. Ayrı-ayrı ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının satışında əmələ gələn dəyişiklikləri aşağıdakı cədvəldə verilmiş məlumatlardan aydın görmək olar.

Cədvəl 6: Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin məhsul qrupları üzrə strukturu (milyon manatla)

	2014	2015	2016	2017	2018
Pərakəndə ticarət dövriyyəsi	22 001,7	25 721,1	30 190,3	35 268,1	37 090,0
o cümlədən:					
ərzaq məhsulları	10 201,0	11 690,0	13 400,1	16 197,7	16 960,4
içkilər və tütün məmulatları	822,2	1 181,2	1 677,3	1 685,7	1 678,0
toxuculuq məhsulları, geyim və ayaqqabı	3 959,9	4 568,4	5 275,7	6 251,5	6 539,4
elektrik malları və mebel	1 143,5	1 526,6	1 902,1	2 199,3	2 268,8
kompüterlər, telekommunikasiya avadanlıqları və çap məhsulları	150,5	198,0	256,3	306,0	333,8
əczaçılıq və tibbi məhsullar	266,7	300,2	415,3	490,1	508,5
avtomobil yanacağı	1 552,2	1 709,7	1 722,5	1 938,1	2 249,4
digər qeyri-ərzaq məhsulları	3 905,7	4 547,0	5 541,0	6 199,7	6 551,7

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/trade/>

Cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, ötən illərə nisbətən əhaliyə ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının satışında əsaslı dəyişikliklər əmələ gəlmişdir.

Belə ki, əhaliyə ərzaq və qeyri-ərzaq malları satışının dəyəri artmasına baxmayaraq onların natural göstəricilərlə satış həcmi əksinə aşağı düşmüşdür. Buna hər şeydən əvvəl digər amillər ilə yanaşı, əhəlinin minimum əmək haqqının həcmi ilə minimum istehlak səbətinin dəyərinin uyğun gəlməməsi də təsir göstərmişdir.

Cədvəldəki məlumatlardan göründüyü kimi, 2018-ci ildə əhaliyə natural göstəricilər üzrə ayrı-ayrı ərzaq mallarının satışı ötən ilin müvafiq dövrünə nisbətən aşağı düşmüşdür. Belə vəziyyətin əmələ gəlməsinin başlıca səbəblərindən biri ticarət şəbəkələrinə yerli istehsal tərəfindən göndərilən məhsulların istehsalının və yerli mənbələrin dövriyyədə xüsusi çəkisinin aşağı düşməsidir.

Aparılan tədqiqat nəticəsində aydın olur ki, pərakəndə mal dövriyyəsinin strukturunda qeyri-ərzaq mallarının satışında da köklü dəyişikliklər baş verib

Hesabat ilində ötən ilə nisbətən toxuculuq məhsulları, geyim və ayqqabı satışı 102 %, elektrik malları 107,1 %, kompüter və s. avadnlıqlar üzrə 105 %, və digər qeyri ərzaq malları üzrə satışın həcmi 112.1 % artmışdır.

Aparılan təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, regionlararası iqtisadi əlaqələrin müasir mərhələsində qeyri-ərzaq mallarının istehsalının aşağı düşməsi də intensiv olmuşdur. Belə ki, cari ildə məişət sənaye məhsulları 11 44,5 %, sintetik yuyucu vasitələr istehsalı 65 % artmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehlak malları istehsalının həcminə görə ölkənin sənaye və topdan satış ticarət müəssisələri tərəfindən və ticarət təşkilatlarına göndərilən əsas ərzaq məhsullarının həcmi cari ilin müvafiq dövrünə nisbətən 39,7%, qeyri-ərzaq malları isə 52,1 % artmışdır. Ticarət müəssisələrinə 533 ton kərə yağı, 4 min ton süd məmulatı, 3,3 milyon ədəd yumurta, 1,4 min ton makaron məmulatı göndərilmişdir.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi inkişafının mühüm qanunauyğunluqlarından biri də kənd yerlərində hər nəfərə düşən mal dövriyyəsi həcmının şəhər yerlərinə nisbətən daha sürətlə artmasından ibarətdir.

Respublikada ictimai-iqtisadi sahədə həyata keçirilən tədbirlər sistemi nəticəsində kənd əhalisinin pul gəlirlərinin daha sürətlə artması, məişət şəraitinin yaxşılaşması, mədəni səviyyəsinin yüksəldilməsi kəndlə şəhər arasında mədəni-məişət və iqtisadi fərqlərin azalmasına təsir göstərmişdir. Nəticədə kənd yerlərində hər nəfərə düşən mal dövriyyəsinin həcmi daha yüksək olmuşdur.

Qeyd etmək lazımdır ki, əgər 2000-cı il ərzində mal dövriyyəsinin həcmi ötən ilin eyni dövrünə Bakı şəhəri üzrə 48,9 %, Abşeron iqtisadi rayonu üzrə 4,2 %, Gəncə-Qazax rayonu üzrə 10,1 %, Şəki-Zaqatala rayonu üzrə 4,8%, Lənkəran rayonu üzrə 6,6 %, Quba-Xaçmaz rayonu üzrə 3,9 %, Aran iqtisadi rayonu üzrə 14,7 %, Yuxarı Qarabağ rayonu üzrə 1,3 %, Dağlıq Şirvan rayonu üzrə 2,9 % Naxçıvan iqtisadi rayonu üzrə 3,5 % çox olmuşdur. Digər rayonlar üzrə dövriyyənin artım sürəti orta respublika göstəricilərindən yüksək olmuşdur. (Əlavə 1.)

2018-cı ildə respublikanın pərakəndə satış mal dövriyyəsinin 56,1 %-i Bakı şəhərinin, 13,9 %-i Aran, 8,4 %-i Gəncə-Qazax, 8,4 %-i Lənkəran, 4,78 %-i Şəki-

Zaqatala, 3.37 %-i Abşeron, 3,92 %-i Quba-Xaçmaz, 4,43 %-i Naxçıvan, 2,2 %-i Yuxarı Qarabağ, 1,88 %-i Dağlıq Şirvan rayonlarının payına düşmüşdür. Ötən ilə nisbətən ölkə üzrə pərakəndə mal dövriyyəsinin həcmində Bakı şəhərinin xüsusi çəkisi 0,2 % azalmış, iqtisadi rayonların xüsusi çəkisi isə o qədər artmışdır.

Qeyd olunan qanunauyğunluqların məhəllilər və məhəlli daxili şəhərlər (rayonlar) üzrə müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq hərtərəfli tədqiq edilməsi və mal dövriyyəsinə təsir edən amillərin dərin iqtisadi təhlili onun bütövlükdə ölkə, ayrılıqda hər bir məhəlli üzrə planlaşdırılmasının əsasını təşkil etməklə yanaşı, təhlil və planlaşdırmaya kompleks yanaşmağı tələb edir.

Göründüyü kimi, mal dövriyyəsi ticarət fəaliyyətinin başlıca göstəricisi kimi mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu sahədə əsas diqqət əhalinin tədiyyə qabiliyyətli tələbinin mal dövriyyəsi və mal resursları ilə tarazlaşdırılması üçün əlverişli şərait yaradılmasına, onların həcm və strukturu ilə əsaslı surətdə uyğunlaşdırılmasına yönəldilməlidir. Bu məqsədlə ticarət fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi göstəricisi kimi təzahür edən mal dövriyyəsi məhz dəyər göstəricisi ilə ifadə olunur və uçota alınır.

III FƏSİL. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA MAL DÖVRIYYƏSİNİN DAHA DA INKIŞAF ETDİRİLMƏSİ VƏZİFƏLƏRİ

3.1.Müasir şəraitində pərakəndə satış ticarətin topdan satış ticarət ilə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrinin inkişafı

Bazar münasibətlərinin hazırki mərhələsinin qarşısında duran əsas vəzifələrin həlli ölkənin bütün iqtisadi sistemini əhatə edən tədbirlər proqramının yerinə yetirilməsi ilə bilavasitə əlaqədardır. Bilir ki, bazar iqtisadiyyatı mexanizmi bütün iqtisadi subyektlərin fəaliyyətinin düzgün və ədalətli surətdə əlaqələndirilməsini, əmək, maddi və maliyyə resurslarından səmərəli istifadə edilməsini, ictimai məhsulun geniş təkrar istehsalını və bütünlükdə iqtisadiyyatda tarazlığı təmin edir.

Bazar münasibətlərinin hazırki durumunda probleminin həllinin başlıca rolu mal təklifinin natural göstərici ilə həcmi və xidmətlərin səviyyəsini mövcud tələblər səviyyəsinə çatdırmaq, istehsal münasibətlərini sağlamlaşdırmaq və eləcə də bütün bu məsələlərlə əlaqədar sahələrin işini sosial-iqtisadi baxımdan yenidən təşkil etməkdən ibarətdir.

Bu isə bazarın subyektlərinin – topdan satış və pərakəndə satış ticarət müəssisələrinin qarşılıqlı münasibətlərinin təmin olunmasına və onlar arasındakı iqtisadi əlaqələrinin vəhdətini tələb edir.

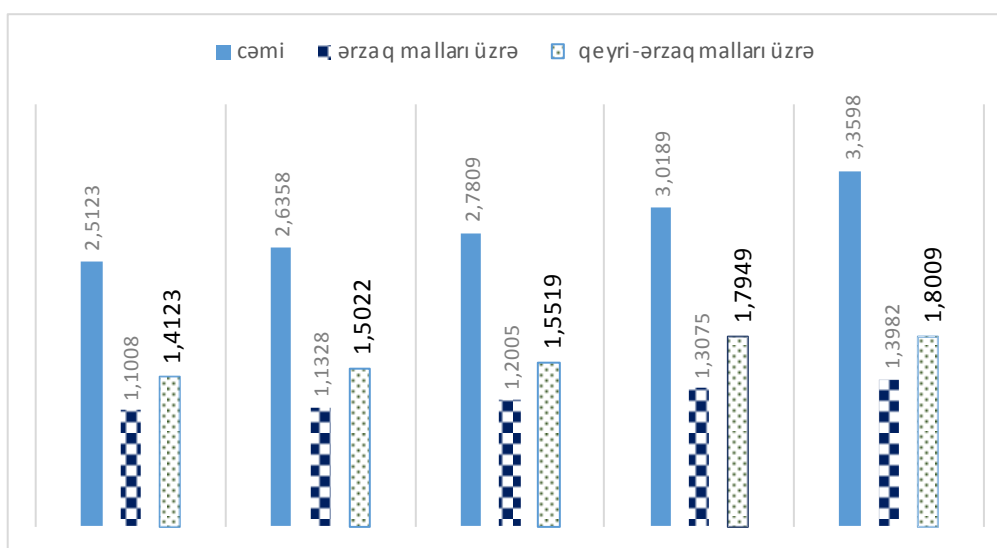
Bazarın hər iki subyektlərinin tələbinin (xalq istehlakı mallarına qarşı) doydurulmasının təmin edilməsi, məhsul istehsalının artırılması, keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və çeşidinin genişləndirilməsi sahəsində öz istehsal proqramını yerinə yetirən istehsal müəssisələri tərəfindən malların buraxılması və ticarətə göndərilməsinə dair bağladıqları müqavilələrin – qarşılıqlı maraq və məsuliyyətin artırılmasında təsir mexanizminin təkmilləşdirilməsi zəruri şərtlərdən biri hesab olunur.

Topdan satış və pərakəndə satış ticarət strukturları arasındakı iqtisadi əlaqələr onları idarə edən sistemə əsaslanmaqla tədavül dairəsinin öz daxilindən irəli gəlir. Bu hər şeydən əvvəl onunla izah olunur ki, istər topdan satış və istərsə

də pərakəndə satış ticarətin təsərrüfat fəaliyyətinin idarə olunması göstərilən münasibətlərin tənzim edilməsini təmin edən bir sıra inzibati-hüquqi normalara əsaslanır.

Lakin, bunlarla yanaşı topdan satış ticarət ilə istehsal müəssisələri arasında olduğu kimi, onun pərakəndə satış ticarət arasındakı iqtisadi əlaqələri tam təsərrüfat müstəqilliyinə əsaslanmalıdır. Bunun üçün «şaqlı» münasibətlərə əsaslanan bütün iqtisadi alət və təsir vasitələrindən istifadə olunması tələb olunur.

Qrafik 4: Ticarət dövriyyəsinin strukturu (mlrd. man)



Mənbə: ADSK-nin məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Topdan və pərakəndə satış – bunlar malların alış-satışının iqtisadi prosesində bərabər hüquqlu tərəf müqabillər hesab olunurlar və müasir şəraitdə ictimai məhsulun satışının istənilən mərhələsində onlar üçün üstünlük təşkil edən iqtisadi alət və təsir vasitələrindən istifadə edirlər.

Lakin, bunlarla yanaşı topdan satış və pərakəndə satış ticarət müəssisə və təşkilatları arasında özlərinə məxsus spesifik qarşılıqlı münasibətlər vardır ki, bunlara təsərrüfatın digər sahələrinin müəssisələri arasındakı iqtisadi münasibətlərdə rast gəlmək olmaz.

Müasir təsərrüfatçılıq qəraitində pərakəndə satış ticarət müəssisələrinin mallar ilə təchizinin yaxşılaşdırılması məqsədilə daima malların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və çeşidinin genişləndirilməsinə görə istehsala təsir göstərir.

Belə ki, topdan satış ticarət müəssisələri (təşkilatları) geniş təkrar istehsal prosesinin həyata keçirilməsində istehsala daha yaxın olmaqla geniş həcmdə malların alınmasına dair verdiyi sifarişlər vasitəsilə pərakəndə satış ticarətinə nisbətən mal göndərən təşkilatlara təsir göstərməkdə daha yüksək imkanlara malikdirlər.

Topdan satış ticarət təşkilatları (müəssisələri) müasir təsərrüfatçılıq şəraitində pərakəndə satış ticarət müəssisələrinin mal ilə təchiz olunmasında mühüm rol oynayır. Belə ki, müasir təsərrüfatçılıq şəraitində topdan satış ticarət müəssisələri nəinki malların dəyərinin köçürmə yolu ilə ödənilməsini təmin edən iri pərakəndə satış ticarət müəssisələrini, eyni zamanda, dəyərinin bir hissəsi və ya hamısı nəğd pulla ödənilməklə kiçik və orta müəssisələrinin də mal ilə təchiz olunmasında mühüm rol oynayır. Topdan satış ticarət müəssisələri mal göndərilməsi üzrə mal göndərən təşkilatlarla bağladığı müqavilə şərtlərinə görə nəinki malların vaxtında miqdar və keyfiyyətinə görə göndərilməsinə qarşı, eyni zamanda hətta, pərakəndə ticarət müəssisələrinin istehsal ilə birbaşa bağladığı müqavilə şərtlərinin yerinə yetirilməsi üzərində də nəzarət edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal və pərakəndə ticarət təşkilatları (müəssisələr, firmalar) arasında vasitəçilik funksiyasını yerinə yetirən topdan satış ticarəti hər iki tərəf arasında qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələrinin daha da təkmilləşdirilməsində mühüm rol oynayır. Istehsal ilə qarşılıqlı təsərrüfat əlaqəsini özündə əks etdirən topdan satış ticarəti tərəfindən verilən sifarişçilər istehsal müəssisələrinin istehsal proqramının tərtib olunmasına, geniş təkrar istehsal prosesinin fasiləsizliyinin təmin olunmasına imkan verir

Inkişaf etmiş xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, istehsal olunmuş məhsulların ilk alıcıları topdan satış ticarət hesab olunur. ABŞ Ticarət Nazirliyinin verdiyi məlumata görə ABŞ-da – 337 min topdan satış firması və 77 min sair ticarət vasitəçiləri – ticarət agentləri, komissiyonerləri və s. vardır. Digər ölkələrdən Almaniyada- 100 min, İtaliyada – 90 min, Fransada- 80 min, İngiltərədə – 40 min, Hollandiyada, Belçikada – 20-30 min topdan satış müəssisələri (firmaları) vardır. Bütün bunlar bir daha göstərir ki, ticarət fəaliyyətinin yenidən qurulmasında

qarşıda duran mühüm vəzifələrdən biri topdan satış ticarəti təsərrüfatın müstəqil sahəsi kimi inkişaf etdirmək, bazarda geniş, müstəqil topdan satış vasitəçiləri şəbəkəsinin təşəkkülünə təsir göstərməkdən ibarətdir.

Son illərdə topdan satış mal dövriyyəsinin yüksək sürətlə artması əsasən mal satışının natural göstəricisi üzrə deyil, dəyər göstəricisi üzrə artması ilə əlaqədar olmuşdur ki, bu da istehlak mallarının qiymətlərinin artması hesabına əmələ gəlmişdir.

Digər tərəfdən, aparılan tədqiqat nəticəsində məlum olur ki, topdanasatış mal dövriyyəsinin sürətlə artması pərakəndə satış mal dövriyyəsinin də qanunauyğun surətdə artmasına təsir göstərmişdir. Hazırda pərakəndə satış ticarət müəssisələrinin istehlak malları ilə təchiz olunmasında topdan satış ticarətinin mühüm rolu vardır. Pərakəndə satış ticarət müəssisələrinin istehlakı malları ilə təchiz olunması müəssisənin maliyyə vəziyyətinə və eləcə də onun iqtisadi effektivlik göstəricilərinə mühüm təsir göstərir. Bu isə müasir iqtisadi şəraitində mühüm məsələlərdən biri hesab olunur. Aparılan təhlil nəticəsində respublika üzrə bütünlükdə pərakəndə satış mal dövriyyəsinin həcmində mühüm dəyişiklik əmələ gəlmişdir.

Müasir iqtisadi şəraitdə topdan satış ticarətin prinsip və fəaliyyət dairəsi köklü surətdə dəyişmişdir. O, artıq malların pərakəndə satış ticarət həlqələri ilə bərabər hüquqlu tərəfmüqabilə çevrilmişdir. Hər iki – topdan və pərakəndə satış ticarət müəssisələri (firmalar və s.) götürdükləri öhdəliklərin (tapşırıqların) yerinə yetirilməsinə görə ciddi maddi və maliyyə məsuliyyəti daşıyırlar. Topdan satış ticarətinin fəaliyyəti o vaxt əlverişli hesab olunur ki, o, pərakəndə satış ticarəti üçün sərfəli və zəruri olsun. Belə ki, topdan satış ticarəti pərakəndə satış ticarətinin istehlak malları ilə təchiz etmək məqsədilə o, geniş çeşidli malları alır, onun saxlanılmasını təşkil edir, sortlaşdırır, lazım gəldikdə müxtəlif çəkilərdə qablaşdırır və ticarət müəssisələrinə göndərir.

Topdanasatış ticarətinin kommersiya xidməti xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu əməliyyata mal göndərən və topdan satış qaydada mal alanlar üzrə vasitəçilərin aşkar edilməsi, kommersiya əlaqələrinin səmərəli strukturlarını, komissiya

xidmətini göstərmək, mallar və göstərilən xidmətlər üzrə reklamı inkişaf etdirmək, bazarın strategiyası və taktikası məsələləri üzrə məsləhət verməkdən ibarətdir.

Topdan satış və pərakəndə satış ticarət arasındakı qarşılıqlı əlaqənin yaradılması və inkişaf etdirilməsi müasir dövrün zəruri məsələlərindən biri hesab olunur. Müasir təsərrüfatçılıq şəraitində topdan və pərakəndə satış ticarət bərabər hüquqlu tərəfmüqabillər hesab olunduqları üçün onlar arasındakı qarşılıqlı münasibətlərin təmin olunmasında müqavilə əlaqələri mühüm rol oynayır. Hazırda qarşılıqlı tərəflərin hüquq və vəzifələrini müəyyən edən sənəd kimi müqavilənin rolu daha da artmışdır.

Topdan və pərakəndə ticarət arasında münasibətlərin innovasiyalı formalarının tətbiqi də özünün xüsusiyyətləri ilə fərqlənir. Mal yeridilişində hər birinin özünəməxsus yeri vardır və özlərinin inkişaf istiqamətləri mövcuddur. Topdan ticarətdə innovasiyalı və bazarda digər ticarət müəssisələrinin funksiyalarından fərqli funksiyalar yerinə yetirən mağaza- anbarların, topdan satış yarmarkaların, kommissiyajerlərin, konsiqnatların, distribüterlərin və başqa topdansatış vasitəcilərin peyda olmasını belə inkişaf bazar iştirakçılarının formalaşması və inkişaf istiqamətlərinə aid etmək olar.

3.2. Pərakəndə mal dövriyyəsinin daha da inkişaf etməsində innovasiyaların rolu

Cəmiyyətin ictimai həyatında baş verən əsaslı dəyişikliklər, istehsalın idarə olunması və təşkilinin mövcud sistemi cəmiyyət tərəfindən yeni iqtisadi məzmunla malik olan əmtəə-pul münasibətlərindən istifadə olunmasını özündə birləşdirir. Bu isə ticarətin pərakəndə satış mal dövriyyəsi vasitəsilə realizə olunmasına imkan verir. Ticarətin mal dövriyyəsi respublikanın həyatında baş verən ictimai-iqtisadi dəyişikliklərə müvafiq olaraq yeni məzmunla inkişaf edir və onun tərkibində əsaslı dəyişikliklər baş vermişdir. Aparılan təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, təsərrüfatın digər sahələrində olduğu kimi, ticarətdə də bir sıra çatışmamazlıqlar

mövcuddur bu isə bazar iştiracmıları arasındakı iqtisadi əlaqələrinin getdikcə zəifləməsinə, müəssisənin, firmanın maliyyə vəziyyətinə öz təsirini göstərir.

Pərakəndə ticarət sektorunda vacib yer tutan müəssisələrin sayının gündəngünə artması bu müəssisələrin arasındakı rəqabətin əhəmiyyətli dərəcədə qızıışmasına səbəb olmuşdur. Yalnız yüksək keyfiyyətli xidmət göstərən müəssisələr əlbəttə ki satışın həcmi artırır. Bu məqsədlə Gizli Müştəri Araşdırması (GMA) üsulu ilə müəssisələrə göstərilən xidmətin keyfiyyəti ölçülmüşdür. 2019-cı ilin Fevral ayında müxtəlif ticarət sektorları üzrə Business Insight şirkərinin öz təşəbbüsü ilə həyata keçirilən «Gizli Müştəri» araşdırması bəzi nəticələrə gətirmişdir.

Araşdırma aşağıdakı meyarlar üzrə aparılmışdır:

- ✓ Xəzinadar
- ✓ Geri qaytarma
- ✓ Satış qabiliyyəti
- ✓ Əməkdaşların xarici görünüşü və davranışı
- ✓ Müştəriyə münasibət , dinləmə qabiliyyəti, müştəri ilə danışiq tərz
- ✓ Müəssisənin xarici və daxili parametrləri

Hesabat 128 ziyarət üzərindən 64 müəssisə (ərzaq , qeyri ərzaq mağazaları, restoranlar və digər xidmət sektorları) üçün aparılıb hazırlanıb

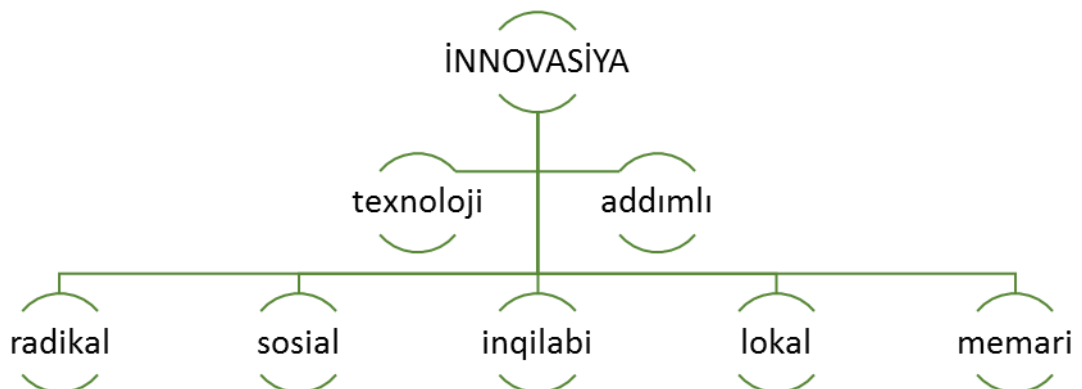
Araşdırmalar nəticəsində Bakıda fəaliyyətdə olan və daha məşhur hesab edilən ticarət sektorunda xidmət səviyyəsi 5 ballıq qiymətləndirmə sistemin üzərindən 3.66 balla dəyərləndirildi (73.2%). Sonunda müqayisəli qiymətləndirmə ölçüsünün 3.66 bala bərabər olması onu göstərir ki,istehlakçılar onlara göstərilən xidmətlərdən ümumən məmnun deyillər. Araşdırma nəticələrsəbəb olar və bazardan çıxdaş olmasına səbəb olar. inə uyğun olaraq yekun qiymətləndirmə ölçüsünün 4.00 balda aşağı olması «ən rahat və müştəri yönümlü xidmət”ə sahib olmadığımızı göstərir ki,(<https://www.era-az.com/>) bu da ümumi satışın həcmi azalması ilə bərabər ticarət müəssisələrinin zərərlə işləməsinə səbəb olur

Tədqiqatlar göstərir ki, ticarət üçün xarakterik olan innovasiyalar, makromühitin təsiri altında müəssisənin fəaliyyətinin effektivliyini artırmağa yönələn dəyişikliklərdir.

Ticarətdə tətbiq edilən innovasiyaların təsnifatını 7 tipə bölmək olar:
(K.Cabbarova, 2016)

- ✓ radikal
- ✓ addımlı
- ✓ sosial
- ✓ texniki
- ✓ inqilabi
- ✓ lokal
- ✓ memarlıq

Sxem 4: Ticarətdə tətbiq edilən innovasiyaların təsnifatı



Mənbə: K.Cabbarova “Topdan və pərakəndə satış sahələrində innovasiyon fəaliyyətin əsas xüsusiyyətləri” Audit, jurnalı № 6 , 2016

1. Texnologiya sahəsində nəzərəçarpan dərəcədə dəyişikliklərlə əlaqədar innovasiyalar, arxalarınca ciddi dəyişikliklər həyata keçirirlər ki, bunlara da radikal innovasiyalar deyilir. Misal kimi e-kommersiya sistemini göstərmək olar. Belə ki, e-kommersiya özünün hazırki inkişafını internetin yaranmasına, inkişafına və bütün dünyaya yayılmasına borcludur.

2. Addımlı innovasiya kiçik bir texnoloji evolyusiya nəticəsində alıcılar üçün şəraitin yaranması ilə xarakterizə olunan innovasiyalardır; buraya misal olaraq alıcıların alış-veriş etmələri üçün rahatlıq yaratmaq məqsədilə ticarət zallarında gediş-gəliş yerlərinin sayının artırılmasını göstərmək olar.

3. Sosial innovasiya yüksək alıcı vərdişləri nəticəsində kiçik bir texnoloji dəyişikliyin yaranması ilə xarakterizə olunur. Məsələn, gecə-güzdüz işləyən mağaza modeli. Bu model bir çox insanların yaşayış ritmlərini nəzərə aldığından çox geniş yayılmaya başladı.

4. Texniki innovasiya müəssisələrə imkan verir ki, pərakəndə ticarət strukturu bazarda lider mövqelərindən birini tutsun. Ola bilər ki, bunu alıcılar heç hiss etməsinlər. Məsələn, hipermarketlər istehsalçıların müəyyən bükücü, qablaşdırıcı materiallarına malik olurlar ki, bunun vasitəsilə əlavə ticarət-texnoloji əməliyyatları yerinə yetirmədən malları piştaxta üzərinə qoyur, əlavə xərclərdən azad olunur və bunun müqabilində də malların pərakəndə qiyməti aşağı düşür.

5. İnqilabi innovasiyalara aid edən yeni texnologiyalar bazar iştirakçıları arasında mövcud münasibətlərin möhkəmlənməsinə xidmət edir. Belə innovasiyalara istehsalçılarla ticarət müəssisələri arasında elektron mübadilə texnologiyalarını misal göstərmək olar. Bu da informasiya mübadiləsi sahəsində inqilab yaratdı, bununla da mövcud xəbərləşmə kommunikasiyaları tez bir zamanda köhnəldi.

6. Lokal innovasiyalar ticarətin konkret sektorunun daxilində yaranır. Məc. məşhur brendlərin surətinin çıxarılmasını misal göstərmək olar.

7. Memarlıq innovasiyaları ticarət münasibətlərində, texnologiyaya da aid edilir. Məsələn, İKEA şirkəti alıcıların mebel avadanlıqlarının öz əlləri ilə yığa biləcəkləri iri formatlı mağazalar yaratmış və bununla da mebel ticarəti sahəsində yenilik etmişdir. Nəticədə şirkətlə onun malgöndərənləri arasında münasibətlər dəyişilmişdir. Bunun nəticəsində malgöndərənlər mebelin hazırlanması texnologiyasına yenidən baxdılar, və onlar da mebeli ayrı-ayrı hissələri şəklində göndərdilər.

Pərakəndə ticarətdə innovasiyalara yeni ticarət metodlarını daxil etmək olar. Son dövrlər bir çox mağazalarda işçilərin işini yüngülləşdirən və alıcılara daha yaxşı xidmət göstərməsinə kömək edən yeniliklər yaranmış, yaranır və yaranmaqdadır. Məsələn, kassa-apparatları mağazanın tikinti materialları və ya de-likateslər satmasından, hesablaşmanı nağd və ya plastik kartlarla aparmasından asılı olmayaraq "müasir ticarət nöqtəsinin vacib elementi" olmuşdur.

Müasir kassa texnikalarının konfigurasiyalarının dəyişilməsinə və alış prosesinin təkmilləşdirilməsinə nəzərəcarpacaq dərəcədə təsiri ştrix-kodlaşdırma etdi.

Ştrixkod- malların üzərində yerləşdirilmiş etiketdir ki, bu da qrafik şəkildə kodlaşdırılmış və xüsusi optik elektron qurğuları vasitəsilə informasiyanın təqdim edilməsi üsulunun ifadə olunma kateqoriyasıdır. Hər bir mal öz nömrəsini alır və mağazanın verilənlər bazasında fiksə edilir. Bunun sayəsində mağazanın kassirinə artıq minlərlə artikulları beynində saxlamaya, etiketin üzərindəki qiyməti diqqətlə öyrənməyə ehtiyac olmur, alıcılara xidmət prosesi operativləşdirilir, eyni zamanda həyata keçirilmiş alış haqqında bütün informasiya mağazanın məlumat sistemində saxlanılır.

Innovasiya ticarət müəssisəsinin daxilində və ya onun həddlərindən kənarda yarana bilər, amma ticarət sferasında baş verir. Buna görə də yaranan innovasiyanın yerinə görə iki növünü ayırd edirlər: eksternal və internal. innovasiyalar.

Ekstrenal innovasiyalar bütünlükdə ticarət sferasına şamil olunur. Məs. ticarətin yeni format və növlərinin yaranması. Bu innovasiyalar xarici və ya daxili bazarlarda, eləcə də ayrıca götürülmüş ticarət formatı daxilində yarana bilər. Pərakəndə ticarət və əhəlinin alış-veriş etmək üsulları böyük dəyişikliklərə məruz qalmışdır.

Müasir pərakəndə ticarət formalarından biri də vending hesab edilir.

Vending-bu elə bir ticarət formasıdır ki, burada malların verilməsi (məs. içkilərin) və xidmətlərin göstərilməsi (aeroportlarda sığortanın satılması) mexanizmi pulların, bankomatlar və ya kartoçkalar tərəfindən idarə olunur. Bu cür ticarəti həyata keçirən ticarət avtomatları və ya mexanizmləri vendor adlanır. Avtomatların spesifik cəhəti ondadır ki, birincisi ticarət personalına tələbat aradan qalxır,

ikincisi insanların rahatlığı üçün onları istənilən yerdə yerləşdirmək olar. Vəndiq cərcivəsində innovasiyaların tətbiqi geniş yayılmışdır, məsələn, zontların satışını, hot-doqların, satışı həyata keçirilir. Son zamanlar Amerika şirkəti olan ZoomSystems geniş spektrli rəqəmli texnikanın avtomatlaşdırılmış satışı üzrə ixtisaslaşdırılmışdır.

İnternal innovasiyalar- ticarət müəssisənin daxilində baş verən innovasiyalardır. Onlar müəssisənin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə və effektivliyinin yüksəldilməsinə xidmət edir. Bunları üç növə ayırmaq olar:

- ✓ elmi-texniki innovasiyalar,
- ✓ ticarət-texnoloji innovasiyalar,
- ✓ təkilati-idarəetmə innovasiyaları.

Hər birinə ayrı-ayrılıqda nəzər yetirək:

Elmi-texniki innovasiyalar ticarət müəssisələrinə işçilərin əməyini yüngülləşdirmək məqsədilə yeni texnikanın, texniki vasitələrin tətbiq edilməsi ilə əlaqədardır. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, əlavə innovasiyon funksiyalara malik yeni kassa aparatlarının istismara verilməsi və ya müasir intellektual cihazlardan (məlumat kiosku) istifadə edilməsi kimi ola bilər(Аньшин В.М., Филин С.А, 2013)

Bu proqram-apparat kompleksidir ki, bir hissəsi kompüter, monitor, və köməkçi qurğulardan, proqram hissəsi isə istifadəçinin istənilən informasiyanı əldə etməyə imkan verən softdan ibarətdir Bu cürə avadanlıqlar satıcı-məsləhətçiye düşən yükün həcmi azaldır, eləcə də alıcılar üçün əlavə xidmətin göstərilməsinə şərait yaradır (Прокопьева А.В.,2013)

Ticarət-texnoloji innovasiyalara ticarət müəssisəsi üçün adi olan ticarət-texnoloji proseslərini daha rahat və ya alıcılar üçün daha da maraqlı və əyləncəli edən proseslərə dəyişməsinə təsir edən yenilikləri aid etmək olar. Məsələn, yeni ticarət-texnoloji bazarında ilk intellektual geyinib-soyunma otaqları peyda olub. Bu otaqlarda kompüterin proqram təminatı insanın bədən quruluşuna görə ona geyim seçməyə kömək edir

1. Avropada window shopping geniş tətbiq olunur, burada müştəri alış haqqında qərarı magaza vitrinlərinin qarşısından keçən zaman verir. Yeni tex-

nologiya kicik bir qurgu vasitəsilə birbaşa vitrindən almaga əsaslanır. Alıcı lazer şüasını birbaşa vitrində yerləşən və ya manekene geydirilən(gözlük, saat, çanta və s.) istənilən predmete yönəldir və ekranda secdiyi məhsul haqqında ətraflı məlumat əldə edir. Əgər alışa qərar verilirə, lazer şüası müəyyən yazıya yönəldilir və ekranda informasiyaların (kredit kartın nömrəsi, ünvan və. s) daxil edilməsi haqqında forma görünür (<https://rau.ua> > Полезный опыт > Инновации)

Təşkilati-idarəetmə innovasiyaları – təşkilati struktura, personalın idarə edilməsinə və ticarət müəssisəsinin marketinq kompleksini əhatə edən müxtəlif strategiyalara toxunan yeniliklərdir. Məsələn ingilis şirkəti olan Marks & Spencer müxtəlif kateqoriyalı pesonallar arasında məntəzəm fikir mübadiləsini təmin edən kommunikasiya qrupları yaradıbdır. Şirkətin rəhbərliyinin fikrincə, biznesin uğuru -insanlarla gündəlik iş əsasında yaranan sualların cavablarının tədbirlə həllindən asılıdır. Bu cür yanaşma innovasiyon yanaşma sayılırdı.

Beləliklə, müasir təsərrüfatçılıq dövründə müəssisələr bazarda rəqabətə davam gətirmək və gələcək inkişafını təmin etmək istəyirsə bütün yeniliklərə adaptasiya etmək məcburiyyətindədir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, dünyanın bir çox ölkələrində, eləcə də Azərbaycanda da bütün innovasiyaların tətbiqi ilə yanaşı həm də , innovasiyanı tətbiq etməyən ticarət müəssisələri də vardır.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Respublikada pərakəndə satış mal dövriyyəsinin müasir vəziyyətinin təhlili prosesindən göründüyü kimi, onun inkişafı müəyyən ictimai-iqtisadi amillərin təsiri ilə müəyyən olunur. Mal dövriyyəsinin qanunauyğun inkişafına təsir edən amillərin vaxtında aşkar edilməsi, onların qarşılıqlı əlaqəsi və asılılığının düzgün öyrənilməsi respublika iqtisadiyyatının sosial-iqtisadi inkişafının ilkin şərtlərindən biri hesab olunur.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi həcmnin artması bilavasitə sənaye və kənd təsərrüfatının inkişafından xarici ticarətdən xeyli dərəcədə asılıdır.

Müasir şəraitdə işçilərin öz işlərinin son nəticələrinə maddi marağının həyata keçirilməsi işi bilavasitə pərakəndə satış mal dövriyyəsi həcmnin artırılmasından asılıdır.

Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin artım tempi ilə ölkənin ümumi daxili məhsulunun ayrı-ayrı sahələrinin inkişaf sürətləri arasındakı nisbət, habelə, istehlak malları istehsalının inkişaf sürəti ilə əhalinin pul gəlirləri arasındakı nisbətlərə təsir edir (T.C.Məmmədov, 2010 səh 321)

Pərakəndə satış mal dövriyyəsi (onun həcmi, artım tempi) respublikanın iqtisadi və sosial inkişaf göstəriciləri sisteminə daxil edilir. Pərakəndə satış mal dövriyyəsi ilə milli gəlirin digər tərkib elementləri arasındakı nisbət istehsalın inkişafı və ölkənin ümumi daxili məhsulunun bölgüsü zamanı nəzərə çarpacaq əhəmiyyət kəsb edir.

Mal dövriyyəsinin həcmi əhalinin alıcılıq fondunun ümumi həcmnin təxminən 80-85% təşkil edir. Aparılan təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, dövriyyənin həcmnin artmasına baxmayaraq, əhalinin ərzaq və qeyri-ərzaq malları ilə təchiz olunmasında müəyyən disproporsiyalar mövcuddur. Bunun əsas səbəbi kimi həm daxili bazarın əsasən idxaldan asılı olması, həm də ticarət müəssisələrində xidmət səviyyəsinin aşağı olmasını göstərmək olar.

Müasir təsərrüfatçılıq şəraitində yerli istehsal müəssisələri əhalinin müxtəlif növ və çeşidli yüksək keyfiyyətli mallara qarşı tələblərini lazımi səviyyədə ödəmirlər.

Təhlil nəticəsində müəyyən olunur ki, mal dövriyyəsinin əsas tədarükçüsü kimi, istehlak mallarının istehsalında son dövrlərdə gerilik müşahidə olunur. Diaqramdan göründüyü kimi, Azərbaycanda əgər 1990-cı ildə ümumi istehsalda qeyri neft sektorunun payı 90,1 % təşkil edirdisə, bu göstərici 2018 –ci ildə 21,9% -təşkil etmişdir.

Istehlak mallarının 70 %-ə qədərini təşkil edən ərzaq məhsullarının istehsalı da ötən ilə nisbətən daha çox (30,4%) azalmışdır.

Təhlil nəticəsində məlum olur ki, pərakəndə satış mal dövriyyəsinin təminatında əsas rol idxalın üzərinə düşür. Bu baxımdan da mal yeridilişinin təmin edilməsində əsas rol topdansatış müəssisələrin üzərinə düşür. topdan satış ticarəti pərakəndə satış ticarətinin istehlak malları ilə təchiz etmək məqsədilə o, geniş çeşidli malları alır, onun saxlanılmasını təşkil edir, sortlaşdırır, lazım gəldikdə müxtəlif çəkilərdə qablaşdırır və ticarət müəssisələrinə göndərir.

Ticarət sektorunda tətbiq edilən innovasiyalar öz spesifik xüsusiyyətləri ilə digər sferalardan fərqlənir. Ticarətdə əsasən radikal, addımlı, sosial, texniki, inqilabi, lokal və memar tipli innovasiyaların tətbiqi daha geniş yayılmışdır. İnnovasiyalar baş verirdiyi məkandan asılı olaraq da iki yerə ayrılır: eksternal (ticarətin yeni format və növləri, vending, ZoomSystems) və internal - müəssisənin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə və effektivliyinin yüksəldilməsinə xidmət edən innovasiyalar. İnternal innovasiyaların özünü də əsas üç qrupda birləşdirmək olar: elmi-texniki innovasiyalar, ticarət-texnoloji innovasiyalar və təkilati-idarəetmə innovasiyaları

Dünyanın bir çox ölkələri ilə bərabər Azərbaycanda da innovasiyalı xidmətləri tətbiq edən ticarət müəssisələri ilə yanaşı həm də, innovasiyanı tətbiq etməyən ticarət müəssisələri də vardır. Araşdırmalar nəticəsində bu müəssisələrin qarşılaşdığı problemlər üzə çıxmışdır.

Ölkədə innovasiya fəaliyyətini maliyyələşdirmə mexanizminin hələ də inkişaf etməməsi, eləcə də innovasiya fəaliyyətini tənzimləyən normativ sənədin olmaması, bu problemlərin yaranmasının əsas səbəbləri kimi qeyd edilmişdir.

Bu baxımdan düşünmək olar ki, aşağıdakı məsələlərin həlli bu problemlərin aradan qaldırılmasına şərait yarada bilər:

✓ Dövlət tərəfindən əmək haqqının artırılması siyasətindən qiymətlərin sabitliyinin təmin olunması və onların səviyyəsinin aşağı salınması siyasətinə keçirilməsi. Yerli xammal və materialların istehsalı cəlb olunması, bütün resurslardan səmərəli istifadə olunması əsasında məhsul istehsalının gücləndirilməsi.

✓ İstehlak kooperasiyasının fəaliyyətinin yenidən qurulması və daha da genişləndirilməsi.

✓ Ticarətdə innovasiya innovasiya layihələrinin həyata keçirilməsi üçün mütəxəssislərin hazırlanması və işçilərin bu innovasiyanın tətbiqində fəal iştirak etmələrinin stimullaşdırılması .

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Mülkü Məcəlləsi
2. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin “Azərbaycan Respublikasında ticarət, ictimai işə, məişət və digər növ xidmət Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında QƏRARI “ “Azərbaycan” qəzeti № 74, 03.04.2014
3. İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu Bakı şəhəri, 19.09 1995-ci il
4. Azərbaycan Respublikasında *kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi*.
5. Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında Qanunu/ Azərbaycan” qəzeti, 27 aprel 2014-cü il, № 86,
6. Abbasov A.B., Abbasova R.Ə, Əliyev M.Ə.və b. (2011) Biznesin təşkili və idarə edilməsi /Dərslük Bakı: İqtisad Universitetinin Nəşriyyatı, 2011, 464 səh
7. Ağamaliyev M.Q., Şükürov T.Ş. (2010). Ticarət müəssisələrinin iqtisadiyyatı. Dərslük. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 2010. 424 səh
8. Atakişiyev M.C., Suleymanov Q.S, (2004) “İnnovasiya menecmenti, dərs vəsaiti, Təfəkkür”NPM, 136 səh.
9. Cabbarova K.S. //Firmanın innovasiya fəaliyyətinin elektron kommersiya əsasında inkişafı //AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu“ Elmi əsərlər ” jurnalı №1, 2017, səh142-147
10. Cabbarova K.S. //Topdan və pərakəndə satış sahələrində innovasiyon fəaliyyətin əsas xüsusiyyətləri// Audit, jurnalı, № 6, 2016
11. Cabbarova K.S. (2018), Beynəlxalq kommersiya fəaliyyəti //dərs vəsaiti Bakı: İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 225 s
12. Ələkbərov Ə.H., Vəliyev M.Ə., Pürhani S.H.. (2013)- Menecment. Bakı:- 600 s
13. Feyzullabəyli İ.Ə. “Ticarət iqtisadiyyatı” (2003), dərslük I hissə, Bakı, “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 202 s.

14. Feyzullabəyli İ.Ə. “Ticarət iqtisadiyyatı” (2007), dərslik II hissə, Bakı , “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı 175 s
15. Hüseynov S. T. Müasir şəraitdə istehlak malları üzrə xarici ticarətdə idarəetmənin iqtisadi-təşkilati aspektləri, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı-2018
16. Hüseynova N.Y. “İstehsal sahələrində satış fəaliyyəti üzrə logistik strategiyaların təkmilləşdirilməsi” iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı-2017
17. Hüseynova A. Azərbaycanda innovasiya infrastrukturu // AMEA Xəbərləri. Elm və İnnovasiya seriyasının İnnovasiya bülleteni, 2012, №2, s. 78-82
18. Həsənova N. R. Qloballaşma şəraitində əmtəə bazarının strateji idarəetmə istiqamətləri, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı-2018
19. Həziyev V.Ə. Əmtəə bazarı infrastrukturunun formalaşması və inkişaf istiqamətləri” iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı-2018
20. İsmayılova L. F. “Azərbaycan respublikasında qeyri-neft sektorunun inkişafında sahibkarlığın rolu və statistik qiymətləndirilməsi” İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı-2018
21. Məmmədov T.C. (2006) “Ticarətin təşkili və texnologiyası”dərslik, Bakı , Elm, 628 s.
22. Mahmudov S. İ “Ərzaq bazarında rəqabət mühiti və onun qorunması problemləri” iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferatı, Bakı-2017
23. Paşayev K.P., Cabbarova K.S.və b. (2012), Kommersiya menecmenti, dərslik II hissə .-205 s
24. Paşayev K.P. və başqaları (2010) “Kommersiya fəaliyyətinin əsasları” Dərslik, Bakı “ 472 səh

İngilis dildə

1. Aziev V. A. Marketing aspects of the devolepment of Azerbaijan's goods market infrastructure as exemplified by the farm products. European journal of economics and management. Volume 2. Issue 4. 2016 p. 23-28

Rus dilində

2. Аньшин В.М., Филин С.А. (2013). Менеджмент инвестиций и инноваций в малом и венчурном бизнесе. М.: Анкил, 281 стр
3. Джаббарова, К. С. Состояние сахарного рынка в Азербайджане и вопросы его регулирования / К. С. Джаббарова. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2011.-№ 7 (30) С. 80-83. — URL: <https://moluch.ru/archive/30/3450/>
4. Крюкова О. А. (2017) Методика анализа розничного товарооборота хозяйственно-бытовых товаров // Молодой ученый. — №43. — С. 158-161
5. Лысенко Ю., Лысенко М., Таипова Э (2013).//Экономика предприятия торговли и общественного питания:/ Учебное пособ - СПб: Питер -416.
6. Панкратов, Ф.Г. (2012) Организация и технология торговых процессов.- М.: Экономика, 2012. -304с.
7. Панкратов Ф.Г. (2013) Коммерческая деятельность: учебник -М: Маркетинг. 2013. –580с.
8. Платонов, В.Н. (2011) Организация продажи: учебное пособие -Минск: БГЭУ, 2011. -287с.
9. Сидоров И.П. (2014) Коммерческая деятельность:учебное пособие- Владивосток, Изд-во ВГУЭС-248с

İnternet resurslar

1. <http://wwd.com/business-news/financial/amazon-walmart-top-ecommerce-retailers-10383750/>

2. smb.gov.az
3. <https://az.trend.az> › business › economy
4. <https://www.stat.gov.az> ›
5. www.elibrary.az › jurnal › jrn 2015_1043
6. <https://news.milli.az> › society
7. <https://www.forbes.ru> ›
8. <https://rau.ua> › ПОЛЕЗНЫЙ ОПЫТ › ИННОВАЦИИ
9. <https://www.e-xecutive.ru>
10. retail.ru
11. <https://www.era-az.com/>

CƏDVƏLLƏRİN SİYAHISI

Cədvəl 1	Ölkə üzrə əhalinin pul gəlirlərinin müqayisəli.....	36
Cədvəl 2	2015-2019-cu illər ərzində əhalinin gəlirləri və xərclərinin dinamikası.....	37
Cədvəl 3	Pərakəndə satış mal dövriyyəsi və pullu xidmətlər.....	39
Cədvəl 4	2019-cu ildə pərakəndə ticarət və xidmət sektorunun payı.....	42
Cədvəl 5	2015-2019-cu illər üzrə Azərbaycan Respublikasında pərakəndə satış mal dövriyyəsinin makrostrukturunu.....	43
Cədvəl 6	Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin məhsul qrupları üzrə strukturunu (milyon manatla).....	47

SXEM VƏ ŞƏKİLLƏRİN SİYAHISI

Sxem 1	Sadə və əmtəə-pul mübadiləsinin sxemi.....	12
Sxem 2	Əmtəə -pul münasibətlərinin sxemi.....	14
Sxem 3	Pərakəndə ticarət mal dövriyyəsinin təsnifatı.....	29
Sxem 4	Ticarətdə tətbiq edilən innovasiyaların təsnifatı.....	56

QRAFİKLƏRİN SİYAHISI

Qrafik 1	Əhalinin gəlirləri və xərcləri , əvvəlki ilə nisbətən %-lə.....	37
Qrafik 2	2019-cu ildə pərakəndə ticarət və xidmət sektorunun payı..	39
Qrafik 3	Ölkədə sənaye istehsalının ümumi həcmi %-lə.....	46
Qrafik 4	Ticarət dövriyyəsinin strukturunu (mlrd. man).....	51