

Mövzu 10

İstehlakçı hüquqları

Plan

1. İstehlakçıların hansı hüquqları vardır?
2. Dünya İstehlakçı Hüquqlarının Müdafiəsi
3. İstehlakçı və istehsalçı artıqlığı
4. МАРКЕТИНГИН ТЯНЗИМЛЯНМЯСИ ЦЧЦН ВЯТЯНДАШ ВЯ ДЮВЛЯТ ТЯДБИРЛЯРИ

1. İstehlakçı hüquqları

Hamımız gündəlik həyatımızda istehlakçıyıq. Tələbatımızı ödəmək üçün mal alırıq, işlərdən (misal üçün, bərbər) və xidmətlərdən (məsələn, tibb) faydalanırıq. Bu gedişatda bizim istehlakçı kimi hüquqlarımız var. Həmin hüquqlar **“İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Qanun**la (bundan sonra – Qanun) dövlət tərəfindən qorunur. İstehlakçılar bu Qanunda göstərilən hüquqlarının pozulması ilə bağlı şikayət edə bilirlər.

Bəs hansı istehlakçı hüquqlarımız var? İlk növbədə, Qanundakı bəzi anlayışları dəqiqləşdirək. Şəxsi tələbatını ödəmək məqsədi ilə mal, iş və xidmətlərdən istifadə edən, onları alan, sifariş verən, yaxud almaq və ya sifariş vermək niyyəti olan şəxs istehlakçı adlanır. Bu anlayışa əsasən hər kəs gündəlik olaraq şəxsi tələbatını ödəməyə çalışdıqda istehlakçı olur. İstehlakçı sayılmaq üçün mal, iş və xidmətlərdən faydalanmağın məqsədi şəxsi tələbatın ödənilməsi olmalıdır. **Biznes fəaliyyəti göstərən sahibkarlar istehlakçı sayılmırlar.**

İstehlakçı mal alır, iş və xidmətlərdən istifadə edir. Mal anlayışına daşınar və daşınmaz əşyalar və elektronik məcrada istifadə edilən yazı, səs, görüntü və oxşar qeyri-maddi əmlak aiddir. İş və xidmətlərə isə pul və ya digər mənafe əvəzində göstərilən mal təminatından kənar başqa istənilən fəaliyyət aiddir (misal üçün, kurs təhsili, kimyəvi təmizləmə, kafe-restoran xidməti, otel xidməti və s).

İstehlakçıların hüquqlarının pozulmasına görə vəziyyətdən asılı olaraq istehsalçı, satıcı və ya icraçı öhdəlik daşıyırlar. Dövlət bu öhdəliklərin qorunması üçün məcburi keyfiyyət- təhlükəsizlik qaydaları, digər adı ilə **normativ sənədlər** müəyyən edir.

İstehlakçıların əsas hüquqları bunlardır:

Təhlükəsizlik və keyfiyyət hüququ;

Seçim hüququ;

Məlumat almaq hüququ;

Şikayət vermək hüququ.

Bu istehlakçı hüquqları konkret olaraq aşağıdakı təminatları verir:

- Məhsulun zəmanət müddəti və yararlılıq müddəti: Malların (işlərin, xidmətlərin) zəmanət müddəti, tez xarab olan və həyat-sağlamlıq üçün təhlükəli olan malların isə yararlılıq müddəti olmalıdır. Zəmanət müddəti malın (işin, xidmətin) pasportunda, nişanlama kağızında, yarlıqda, ya da əlavə olunan digər sənəddə, yararlılıq müddəti isə malın (işin, xidmətin) üzərində (qabında) və ya əlavə olunan sənəddə göstərməlidir. Yararlılıq müddəti ötmüş malın satışı qadağandır.

- Qüsurlu mallara dair təminatlar: İstehlakçı zəmanət müddəti ərzində malda qüsurlu və ya saxtalaşdırma aşkar edərsə satıcıdan (istehsalçıdan) bunlardan birini tələb etmək hüququ və satıcının isə bu tələbi yerinə yetirmək öhdəliyi var (qüsurlu 14 gündə ya da tərəflərin razılaşdığı müddətdə aradan qaldırılmalı; bu müddətdən gecikdirilən hər gün üçün satıcı satış qiymətinin bir faizi məbləğində dəbbə pulu ödəməlidir; mal yaxud kassa qəbz və ya malın əlavəsi olan sənəd saxlanılıbsa, onda mal dəyişdirilə bilər):

- Qüsurlu malı keyfiyyətli malla dəyişdirmək;

- Satış qiymətini uyğun məbləğdə azaltmaq;

- Qüsuru satıcının hesabına aradan qaldırmaq və ya qüsuru aradan qaldırmaq üçün çəkdiyi xərcləri tələb etmək;

- Malı uyğun modelli malla dəyəri yenidən hesablanmaqla əvəz etmək;

- Müqaviləni ləğv etmək və çəkdiyi zərərin ödənilməsinə tələb etmək.

- Sənədləşdirmə təminatı: satıcı istehlakçıya mal satarkən ona qəbz, mal, kassa çeki və ya digər yazılı sənəd verməlidir.

- İş görülməsi və xidmətlə göstərilməsi müqavilələrinin pozulmasına qarşı təminatlar: İcraçı vaxtında başlamırsa ya da çox ləngidirsə, istehlakçı müqavilədən imtina edə və zərərin əvəzinin ödənilməsinə tələb edə bilər. İcraçı müqavilədən əhəmiyyətli kənara çıxarsa ya da mühüm qüsurlar vurarsa, istehlakçı əlavə müddət verə bilər və əgər bu müddətdə də problem aradan qaldırılmazsa, onda müqaviləni ləğv edə və zərəri tələb edə bilər. İstehlakçının materiallarından görülmüş işlərdə (xidmətlərdə) əhəmiyyətli kənaraçıxma olarsa və ya mühüm qüsurlar ortaya çıxarsa, istehlakçı eynicinsli və keyfiyyətli materiallarını icraçıdan tələb edə və ya müqavilənin ləğvini və ziyanın ödənilməsinə tələb edə bilər. Gecikdirilmiş hər gün üçün icraçı işin (xidmətin və ya sifariş dəyərinin) bir faizi məbləğində dəbbə pulu ödəyir.

- Nəzarət markası təminatı: Dərman vasitələrinin, audiovizual əsərin, fonogramın, kompüter programının, məlumat toplusunun, kitabın nüsxələrinin və digər müəlliflik hüququ mallarının, dini ədəbiyyatın nəzarət markası ilə markalanması tələb olunur. Satıcı istehlakçıya yalnız nəzarət markası olan malları sata bilər.
- Məcburi sertifikatlaşdırma təminatı: Qanunla və normativ sənədlərlə müəyyən edilmiş bir sıra mallar, işlər və xidmətlər məcburi sertifikatlaşdırmadan keçirilməli və ondan sonra istehlakçıya təqdim edilməlidir.
- Məlumat almaq təminatı: Satıcı (icraçı) istehlakçını maraqlandıran malın (işin, xidmətin) qiyməti, istehlak xassələri, əldə edilməsi şərtləri, təminat öhdəlikləri və iddiaların irəli sürülməsi, malın işlədilməsi, saxlanması, təhlükəsiz istifadə üsulları və qaydaları barədə istehlakçıya zəruri və düzgün məlumat verməlidir. İdxal mallar və məhsulların üzərindəki etiketlər (yarlıqlar), istifadə qaydaları başqa dillərlə yanaşı, Azərbaycan dilində olmalıdır. Malların (işlərin, xidmətlərin) qiymətləri yalnız manatla göstərilməlidir. Malın üzərində istehsal (ticarət) markası, əmtəə nişanı və ya coğrafi göstərici yaxud sahibkarlıq etiketi olmalıdır. Satılan mal barəsində yanlış məlumatın və ya kifayət qədər dolğun olmayan məlumatın verilməsi, istehlakçının lazımi xassələrə malik olmayan malı almasına səbəb olubsa, onun müqaviləni ləğv etmək və ziyanı tələb etmək hüququ var.
- Qeyri-ərzaq malını dəyişdirmək təminatı: İstehlakçı qüsurlu olmayan qeyri-ərzaq malını, malın alındığı günü saymamaq şərti ilə 14 gün ərzində dəyişdirmək hüququna malikdir (bu müddəti satıcı uzada bilər). Əgər malın keyfiyyəti pozulmayıbsa, həmin mal dəyişdirilə bilər. Mal yaxud kassa qəbzi və ya malın əlavəsi olan sənəd saxlanılıbsa, onda mal dəyişdirilə bilər.
- POS-terminal təminatı: Ticarət, məişət və digər növ xidmətlərin göstərilməsi zamanı hesablaşmaların aparılması üçün POS-terminallar quraşdırılmalıdır (**POS-terminal quraşdırılması qaydaları və quraşdırılmalı obyektlər** müəyyən edilir).

2. Dünya İstehlakçı Hüquqlarının Müdafiəsi

15 mart - Dünya İstehlakçı Hüquqlarının Müdafiəsi Günüdür.

İnsan hüquqları spektrində əsas hüquqlardan biri istehlakçıların hüquqlarıdır. İstehlakçıların hüquqlarının qorunması dünyada ən aktual məsələlərdən biri hesab edilir. Hər bir istehlakçı öz hüquqlarını bilməli və tələb etməlidir. Məhsulların istehsalı və satışı, xidmətlərin göstərilməsi sahələrində keyfiyyətlə bağlı problemlər hər bir ölkəni narahat edir. Bu problemlərdən ən çox əziyyət çəkən istehlakçılardır.

Keyfiyyət sahəsində yaranmış bu kimi məsələlərin həllinin vacibliyini və istehlakçıların narazılıqlarını ölkə qarşısında vacib bir problem kimi qəbul edən ABŞ Prezidenti Con Kennedi 1962-ci il martın 15-də Konqresdə çıxış edərək bu günü Dünya

İstehlakçılar Günü elan edib. Kennedi deyib: "İstehlakçılar biz hamımızdıq. İstehlakçılar böyük iqtisadi gücdür və demək olar ki, istənilən özəl və dövlət iqtisadiyyatında həlledici rol oynayırlar".

İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiə Günü ilk dəfə 1983-cü il martın 15-də qeyd olunub.

Ölkəmizdə istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi sahəsində hüquqi bazanın əsasını ümummilli lider Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə 1995-ci il sentyabrın 19-da qəbul edilmiş "İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu və digər normativ hüquqi aktlar təşkil edir. Bu qanunla vətəndaşların istehlakçılıq hüququ qorunur, eyni zamanda, ticarət təşkilatlarının və xidmətlə məşğul olan sistemin hüquq və vəzifələri müəyyənləşdirilir.

Antiinhisar siyasəti və istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi sahəsində fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi məqsədilə Prezident İlham Əliyevin 2009-cu il 25 dekabr tarixli Fərmanı ilə İqtisadiyyat Nazirliyi yanında İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında". Yeni qurumun qarşısında inhisarçılığın qarşısının alınması, haqsız rəqabətlə mübarizənin gücləndirilməsi və istehlakçıların hüquqlarının etibarlı müdafiəsinin təmin olunması kimi mühüm vəzifələr qoyulub.

Respublikamızda istehsal edilən, habelə idxal edilən malların üzərindəki etiketlər və digər yazılar müvafiq xarici dillərlə yanaşı, Azərbaycan dilində də yazılmalıdır. Müştərilər istənilən mal alarkən və ya pullu xidmət növlərindən istifadə edərkən istehlakçı qismində çıxış edirlər. İstehlakçı aldığı məhsulun ona göstərilən xidmətin keyfiyyətli olmasında maraqlıdır ki, bu da istehlakçının keyfiyyət hüququdur. İstehlakçının tələbi ilə satıcı (istehsalçı, icraçı) malın mənsəyini, keyfiyyətini və təhlükəsizliyini təsdiq edən sənədləri ona təqdim etməyə borcludur. İstehsalçı və satıcı malın keyfiyyətinə və təhlükəsizliyinə zəmanət verməlidir.

Aldığımız malların üzərində olan standartları, işarələri çoxları bilmir və bununla maraqlanmır. Bu da əksər hallarda istehlakçı hüquqlarının pozulmasına səbəb olur. Hər bir insan istifadə etdiyi dərman preparatı, məişət əşyası, geyim və qida məhsulları barədə və onların üzərində olan marka və nişanları müəyyən səviyyədə bilməlidir.

İnsanlar aldıkları qida məhsullarının ekoloji və gigiyenik cəhətdən sağlamlıqları üçün heç bir təhlükə törətməyinə əmin olmalıdırlar. Alınan hər hansı bir əşya sağlamlığa və yaxud əmlaka ziyan vurarsa, onda onun əvəzini bərpa etməyi tələb etmək hüququmuz var. Lazımı keyfiyyətli qeyri-ərzaq malı öz formasına, ölçüsünə, rənginə görə istehlakçıya yaramırsa və ya digər səbəblərə görə təyinatı üzrə istifadə oluna bilməzsə, istehlakçının 14 gün ərzində həmin malı alındığı yerdə başqa mala dəyişdirmək hüququ var.

Ümumdünya İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Günü ilə əlaqədar İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidmətinin təşkilatçılığı ilə martın 15-də "Düzgün məlumat - istehlakçının seçim hüququnun təminatıdır!" mövzusunda "dəyirmi masa" keçirilib. Tədbirdə aidiyyəti

dövlət qurumlarının, yerli və beynəlxalq ictimai təşkilatların nümayəndələri, KİV təmsilçiləri və sahibkarlar iştirak ediblər. Dövlət Xidmətinin rəisi Zahid İsayev istehlakçı hüquqlarının qorunmasının ölkəmizdə həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin prioritetlərindən olduğunu deyib, bu istiqamətdə Dövlət Xidməti tərəfindən kompleks tədbirlərin həyata keçirildiyini diqqətə çatdırıb, Dövlət Xidməti tərəfindən maarifləndirmə, təbliğat-təşviqat tədbirləri çərçivəsində kompleks işlərin davam etdirildiyini vurğulayıb.

Tədbirdə bildirilib ki, istehlak bazarında satılan malların, görülən iş və göstərilən xidmətlərin keyfiyyət və təhlükəsizliyi ilə bağlı bir sıra müsbət dəyişikliklər müşahidə olunur. Aparılan maarifləndirmə tədbirlərinin nəticəsi olaraq istehlakçı hüquqlarının müdafiəsində ictimai nəzarətin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artıb.

2. Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Xidməti (Azərbaycan)

Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi — [Azərbaycan Respublikasının](#) iqtisadi siyasətinin formalaşdırılması, makroiqtisadi proqnozların hazırlanması, iqtisadi inkişaf və artımın təmin edilməsi üçün əlverişli şərait yaradılması, investisiya fəaliyyətinin təşviqi, sahibkarlığın və sənayenin inkişafı, lisenziya və icazə sisteminin tənzimlənməsi, rəqabətin qorunması, inkişafı və təşviqi, istehlakçıların hüquqlarının qorunması, dövlət satınalmalarının həyata keçirilməsi, dövlət büdcəsinə vergilərin, Nazirliyin səlahiyyətlərinə aid edilmiş digər icbari ödənişlərin vaxtında və tam yığılması, dövlət əmlakının idarə edilməsi, özəlləşdirilməsi, torpaqların dövlət idarəetməsinin təşkili, daşınmaz əmlakın dövlət kadastrının və reyestrinin aparılması sahələrində dövlət siyasətini və tənzimləməsini həyata keçirən mərkəzi icra hakimiyyəti orqanıdır.

Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Xidməti — antiinhisar, haqsız rəqabət, dövlət satınalmaları, açıq məkan istisna olmaqla reklam fəaliyyəti, standartlaşdırma, metrologiya, texniki tənzimləmə, uyğunluğun qiymətləndirilməsi, akkreditasiya, keyfiyyətin idarə edilməsi, istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi və istehlak bazarına nəzarət sahələrində dövlət nəzarətini və tənzimlənməsini həyata keçirən qurumdur.

Azərbaycanda ilk dəfə Prezidentin 23 iyun 1992-ci il 3 nömrəli fərmanı ilə Antiinhisar Siyasəti və Sahibkarlığa Kömək Komitəsi yaradılıb. Həmin ilin avqustunda Komitənin Əsasnaməsi təsdiq olunub.

Həmin ildə Bazar İqtisadiyyatına keçidlə bağlı mühüm əhəmiyyəti olan "Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanunu qəbul edilib. Prezident "İnhisarçı müəssisələrin və birliklərin məhsullarının qiymətlərinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi haqqında" fərman imzalayıb.

2001-ci ildə milli lider Heydər Əliyevin fərmanı ilə Antiinhisar Siyasəti və Sahibkarlığa Kömək Komitəsi hüquqi şəxs statusunda İqtisadi İnkişaf nazirliyinin tərkibinə daxil edilərək Antiinhisar Siyasəti Departamenti kimi fəaliyyət göstərüb.

2001–2006-cı illər ərzində prezidentin fərman və sərəncamları, Nazirlər Kabinetinin qərar və normativ sənədləri ilə Departamentin vəzifə və səlahiyyətləri xeyli dərəcədə genişlənilib.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə ölkəmizdə antiinhisar siyasəti, haqsız rəqabətə qarşı mübarizə, istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi və istehlak bazarına nəzarət sistemi yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoyub. 2006-cı il dekabrın 28-də İqtisadi İnkişaf nazirliyi yanında icra hakimiyyəti orqanı statusunda Antiinhisar Dövlət Xidməti yaradılıb və istehlak bazarına nəzarət funksiyaları da Xidmətin səlahiyyətlərinə verilib.

Prezident İlham Əliyevin 2009-cu ildə imzaladığı fərmanla Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti yaradılıb. Daha sonra antiinhisar fəaliyyəti, haqsız rəqabət, təbii inhisarlar, reklam, istehlak bazarına nəzarətlə bağlı səlahiyyətlər qurumun tabeliyinə verilib.

2018-ci ilin aprelin 20-də imzalanan sərəncamla İqtisadiyyat Nazirliyinin strukturuna daxil edilən Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Agentliyi yaradılıb. Standartlaşırma, Metrologiya və Patent üzrə Dövlət Komitəsi Xidmətin tabeliyinə verilib. 2019-cu il 23 oktyabr tarixli qərarla isə Agentlik yenidən Dövlət Xidməti statusu alıb. Həmin ilin dekabrın 19-da Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Xidməti İqtisadiyyat Nazirliyinin strukturuna daxil edilib.

İstehlak Mallarının Ekspertizası Mərkəzi

"İstehlak Mallarının Ekspertizası Mərkəzi" Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyətinin əsas fəaliyyət istiqaməti malların mənşə ölkəsinin müəyyən edilməsi üzrə ekspertizaların keçirilməsi və nəticələrini təsdiq edən sənədlərin verilməsindən ibarətdir.

Azərbaycan Respublikasının gömrük ərazisindən malların ixracı zamanı gömrük rəsmiləşdirilməsi prosedurlarının həyata keçirilməsi üçün malın mənşə ölkəsini təsdiq edən "mənşə sertifikatı" tərtib olunur. Malın mənşə ölkəsi dedikdə malın tamamilə həmin ölkədə istehsal olunduğu və ya müvafiq qanunvericiliklə müəyyən olunmuş meyarlar əsasında kifayət qədər yenidən emala məruz qaldığı ölkə başa düşülür.

Malın mənşə ölkəsi ixrac olunan mallara tarif və qeyri-tarif tənzimlənməsini həyata keçirmək məqsədi ilə müəyyən olunur.

3. İstehsalçı və istehlakçı artığı

XIX əsrin ortalarında mühəndis Jül Döpüi ilk dəfə iqtisadi artıqlıq konsepsiyasını irəli sürdü, lakin bu konsepsiyanı iqtisadiyyat sahəsində məşhur edən iqtisadçı Alfred Marshall idi.

Standart tələb və təklif diaqramında istehlakçı profisiti məhsulun tarazlıq qiymətinin üstündə və tələb əyrisinin altındakı sahədir (tələb və təklif əyriləri xətti olarsa üçbucaqlı). Bu, istehlakçıların bir mal vahidini tarazlıq qiymətindən yüksək bir qiymətə, ikinci vahidi ondan aşağı, lakin müvazinət qiymətinin üstündəki bir qiymətə və s. Almaq istəyən olmasını əks etdirir, amma əslində tarazlıq qiymətini ödəyirlər. Hər vahid alınmışdır.

Eynilə, bir tələb-tələb diaqramında istehsalçının artığı tarazlıq qiymətinin altındakı, lakin təklif əyrisinin üstündəki bir sahədir. Bu, istehsalçıların ilk birimi tarazlıq qiymətindən aşağı bir qiymətə, ikinci birimi ondan yüksək, lakin tarazlıq qiymətindən daha aşağı bir qiymətə təmin etmək istəmələrini, ancaq əslində tarazlıq qiymətini alacaqlarını əks etdirir, satdıqları bütün vahidlər üçün.

Istehsalçının artığı və ya **istehsalçıların artığı**, istehsalçıların satmaq istədikləri ən aşağı qiymətdən yüksək olan bazar qiymətinə sataraq əldə etdikləri məbləğdir; bu, təqribən mənfiyyət bərabərdir (istehsalçılar ümumiyyətlə zərərlə satmaq istəmədiklərindən və hətta zərərsiz qiymətə satmağa biganədirlər).

İstehsalçı artıqlığı – o istehsalçıların əldə etdikləri əlavə gəlirdir ki, onlar nemət istehsalını tarazlı bazar qiymətindən aşağı olan son hədd xərclərilə təmin edirlər. İstehlakçı artıqlığı halında olduğu kimi, istehsalçı artıqlığı tarazlı qiymətlə onların neməti satmağa hazır olduğu qiymət arasındakı məcmu fərq şəklində – açıq rəngli düzbucaqlılar – formalaşır. Lakin o, belə bir mühüm fərqlə də səciyyələnir ki, əgər istehlakçı artıqlığı nemət faydalılığının subyektiv qiymətləndirilməsindəki fərqlərlə əlaqədar meydana gəlsə, istehsalçı artıqlığı istehsal resurslarının istifadə olunmasının səmərəliliyindəki fərqlərin nəticəsidir. Bazar təklifinin fasiləsiz xətti üçün məcmu istehsalçı artıqlığının kəmiyyəti tarazlı qiymət xəttinin altında yerləşən, kordinat oxu və bazar təklifi xətilə məhdudlaşdırılan üçbucaqlının sahəsi kimi müəyyən edilir. Məcmu istehlakçı və istehsalçı artıqlıqlarının jəmi elə bir ijtimai fayda haqqında təsəvvür yaradır ki, bunu cəmiyyət bazar mübadiləsi mexanizmindən istifadə etmək hesabına əldə edir.

İstehlakçı artığı — istehlakçının ödəməyə hazır olduğu maksimum qiymətlə faktiki olaraq ödədiyi faktiki qiymət arasındakı fərkdir. İstehlakçı malların vahidi üçün cari tələb olunan qiymətdən çox ödəməyə hazırdirsə, alınan məhsuldan qiymət onun ödəməyə ən çox həvəs göstərdiyindən daha çox fayda əldə edir. Mal almaqla eyni fayda əldə edirlər, lakin daha az xərclə, çünki maksimum ödəmək istəmələri ilə ittiham edildiklərindən az xərcləyirlər. Ümumiyyətlə istehlakçı çoxu çox olan məhsula nümunə içməli sudur. İnsanlar içməli suyun yaşaması üçün lazım olduqları üçün çox yüksək bir qiymət ödəyəcəklər. Ehtiyac olsaydı ödəyəcəkləri qiymətlə və indi ödədikləri məbləğdəki fərq istehlakçı artığındadır. İlk bir neçə litr içməli suyun faydalılığı

çox yüksəkdir (ölümün qarşısını aldıkları üçün), buna görə ilk bir neçə litr sonrakı litrlərə nisbətən daha çox istehlakçı artıqlığına sahib olacaqdır.

İstehlakçının müəyyən bir məhsul miqdarı üçün ödəməyə hazır olduğu maksimum məbləğ, birinci vahid üçün ödəməli olduqları maksimum qiymət, ikinci vahid üçün ödəməyə hazır olduqları (aşağı) maksimum qiymət və s. qiymətlər düşür; bunlar büdcə məhdudiyyətləri altında faydanı maksimum dərəcəyə çatdıran rəşional bir istehlakçı tərəfindən yaradılmalı olan fərđi tələb əyrisi ilə verilir. Tələb əyri aşağıya doğru meyl etdikcə marjinal fayda azalır. Marjinal fayda azalması, şəxsın əlavə vahiddən daha az əlavə fayda alması deməkdir. Lakin məhsulun qiyməti hər vahid üçün tarazlıq qiymətində sabitdir. Birinin tarazlıq kəmiyyətindən az olan və bu kəmiyyətlərin hər biri üçün tarazlıq qiymətindən daha yüksək bir qiymətə olan bir məhsulun bir sıra vahidləri üçün ödəməyə hazır olan əlavə pul, bu miqdarları almaqdan əldə etdikləri qazandır. Müəyyən bir qiymətə istehlakçı, istehlakçı artığının maksimum olduğu məbləği alır. İstehlakçı profisiti ən çox sayda vahid üçün maksimumdur, bunun üçün son vahid üçün də maksimum ödəmə istəyi [bazar qiymətindən](#) aşağı deyil.

İstehlakçı artığı ilk dəfə Uilling (1976) tərəfindən göstərilədiyi kimi sosial rifah ölçüsü olaraq istifadə edilə bilər. Qiymətdəki bir dəyişiklik üçün istehlakçı artıqlığı, rifah dəyişikliyinə təxminən uyğun gələ bilər. Bununla birlikdə, qiymətlər və / və ya gəlirlərdəki çoxsaylı dəyişikliklərlə istehlakçı artıqlığı, birmənalı olmadığı üçün iqtisadi rifahı təxminən ölçmək üçün istifadə edilə bilməz. Daha sonra istehlakçı artığından istifadə edərək qiymət dəyişikliklərinin rifah təsirini qiymətləndirmək üçün daha müasir metodlar inkişaf etdiriləcəkdir.

Ümumi istehlakçı artığı, bütün fərđi istehlakçılar üçün istehlakçı artığının cəmidir. Bazarın tələb və təklif əyriələrinin yuxarıdakı qrafikində göstərilədiyi kimi, bu qrafik şəkilə göstərilə bilər. Bunun da müəyyən mal və xidmətlərdən istehlakçı məmnuniyyətinin maksimum dərəcəsi olduğunu söyləmək olar.

4. МАРКЕТИНГИН ТЯНЗИМЛЯНМЯСИ ЦЦЦН ВЯТЯНДАШ ВЯ ДЮВЛЯТ ТЯДБИРЛЯРИ

Бязи инсанлар бизнеся бир чох игтисади вя социал бялаларын сябяби кими бахдыьы цццн мцхтялиф дюрлярдя бизнеси нязарятдя сахламаг мягсядиля эениш вятяндаш щярякатлары баш вермишдир. Бу щярякатлардан ики ян мцщцмц консцмеризм вя ятраф мцщитин мцщафизяси енвиронментализм адланыр.

- Консцмеризм. Баш вермиш цч щадися фирмалары тьшклатланмыш истещлакчы щярякатынын тьнгид щядяфиня чеврилмишдир. Истещлакчыларын илк етираз чыхышлары 1900-ъу иллярдя баш вермишдир. Гиймятлярин галхмасы, «Уптон Синълаир»ин ят сэнайесини ифша етмяси вя дярман сэнайесиндяки галмагаллы щадисянин баш вермясинин ясас сябябляри иди. Истещлакчыларын икинъи етираз чыхышы Буйцк Игтисади Бющран дюрцндя гиймятлярин галхмасы вя диэяр бир дярман галмагалы нятиъясиндя 1930-ъу иллярин орталарында баш вермишдир. Цчцнъц етираз чыхышы 1960-ъы иллярдя башланмышдыр. Бу заман истещлакчылар даща йахшы мялуматланмыш вя мящсуллар даща чох мцряккяб характер алмагла йанашы потенциал бахымдан тьщлцкяляри артмышды. Ящали ися Америка институтларынын фяалийятиндян мямнун дейилди. Президент Ёон Кеннеди истещлакчыларын тьщлцкясизлик, мялумат алмаг, сечмяк вя сясляринин ешитдирмяк щцгугларынын олдуъуну бяйан етди. Конгресс бязи сэнайе сацибляринин бизнесини аращдырдыгдан сонра бир чох истещлакчы группалары тьшклатланмыш вя истещлакчы иля баълы бир чох ганунлар гябул едилмишдир. Истещлакчы щярякатлары бейнялхалг сявиййядя йайылмыш вя Авропада да эцълц мювгейя сациб олмушдур. Консцмеризм – алыъыларын сатыъылар гаршысында щцгугларыны вя нцфузларыны горуян вя инкишаф етдирян, вятяндашларыны вя дюрлят тьшклатларынын мцтящяккил щярякатыдыр (истещлакчы щярякаты). Яняняви сатыъыларын щцгугуларына ашаъыдакылар дахилдир:

- а) саъламлыъа вя тьщлцкясизлик критерийаларына ъаваб верян истянилян юлцддя вя нювбядя мящсул тьгдим етмяк щцгугу;
- б) алыъылар арасында айры-сечкилик щалларына йол вермядян мящсула истянилян гиймяти тьйин етмяк щцгугу;
- ъ) ядалятсиз рягабятя йол вермядян мящсулун тьшвигатына истянилян мигдарда пул хярълямяк щцгугу;
- ч) ящалини алыъылыъа сювг етмяк цчцн ядалятли вя алдадыъы олмайан планлардан истифадя етмяк щцгугу вя с.

Алыъыларын яняняви щцгугларына ашаъыдакылар дахилдир:

- а) сатыш цчцн тьклиф олунан маллары алмамаг щцгугу;
- б) етибарлы мящсул тьляб етмяк щцгугу;

ъ) мящсулун тяляб едилян сывийядя олмасыны арзу етмяк щцгугу.

Истещлакчыларын вякилляри онлара ялавя ашаьыдакы щцгугларын тямин едилмясини тяляб едирляр:

- мящсулун мцщцм хцсусийятляри щаггында ятрафлы мялумат алмаг щцгугу;

- мцбашисяли мящсуллар вя маркетинг практикаларындан мцщафизя олунмаг щцгугу вя с.

Тяклиф олунан щяр бир щцгуг консцмеризм тяряфдарлары тяряфиндян даща чох спесифик тяклифлярин иряли сцрцлмяси иля нятиъялянмишдир. Мялумат верилмяси зярури олан щцгуглара щяр бир мал ващидляринин щягиги хяръяри (ващид гиймят), мящсулларын тяркиб щиссяси (етикетлянмя), ярзаг мящсулунун гидалылыг дяйяри (гидаларын етикетлянмяси), мящсулун тязялийи (ачыг тарихин эюстярилмяси), мящсуллардан щягиги эялир ялдя етмяк (щягиги реклам) дахилдир.

- Енвиронментализм дедикдя инсанларын щяйат щяраитинин мцщафизяси вя йахшылашдырылмасы мягсяди иля бу вязийятя биэаня олмайан вятяндашларын вя дювлят органларынын мцтяшяккил щярякаты баша дцщцлцр. Ятраф мцщитин мцщафизяси тяряфдарлары маркетинг вя истещлакын ялейщиня дейилдирляр. Онлар садяъя олараг ящалидян вя тящкилатлардан ятраф мцщити горумаьы тяляб едирляр. Ятраф мцщитин мцщафизясинин тяряфдарлары щям истещсалчы, щям дя истещлакчыларын гярар вермяси иля баьлы олараг ятраф мцщитин мцщафизяси цзя верэялярин тятбиг едилмясини тяляб едирляр. Америкада ятраф мцщитин мцщафизясинин мцасир щярякатынын бир неча дальасы олмушдур. 1960-70-ъи иллярдя гайьыкеш истещлакчылар тяряфиндян (мешялярин гырылмасына, чирклянмиш сулара, зящярли туллантылара, азон тябягясинин азалмасына вя с. гаршы), 1970-80-ъи иллярдя щюкумят тяряфиндян (сянайе сашяляринин туллантыларына гаршы) ганунлар гябул едилir.

Щазырда ширкятляр ятраф мцщитя зяряр вурмамаг иля баьлы ющдяликляр эютцрцрляр. Яксяр ширкятляр еколожи дайанаглыг сийасятини (ятраф мцщитин мцщафизясини вя ширкятин истещсал мянфяятлярини горуйан стратеийа) гябул едирляр.

Ятраф мцщитин горунмасы цццн ширкятляр эяляъякдя йени технолоэийалар тятбиг етмяйи планлашдырырлар. Чирклянмянин гаршысынын алынмасы вя мящсулларын горунмасыны уьурла щяйата кечирян бир чох ширкятлярин мювьуд техники аваданлыглары щяля дя мящдуд имканлара малиқдир.

Авропа Бирлийи автомобил истещсалчыларындан 2006-ъы иля гядяр юз кющня автомобиллярини тязялямяк вя истифадя етмяйи тяляб едян «истисмар мцддятинин сону» адлы норматив актларыны гябул етмищдир. Ятраф мцщитин горунмасы иля баьлы габагъыл сийасят вя ъямийятин йцксяк стандартларыны формалашдыран юлкяляр Данимарка, Алманийа, Йапонийа вя АБШ-дыр.