

FƏNN: QIYMƏT VƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏ

MÖVZU 1: QIYMƏT İQTİSADI KATEQORİYADIR

Müəllim: Rafiq Vahid oğlu Abbasov

Tarix: 2025

İxtisas: Marketing

Qrup: 3¹,3²,3³

Mühazirə: Teorik

FTN 1. Qiymətlərin təsnifatı və onların qarşılıqlı əlaqəsi ,onları əmələ gətirən amillər öyrənilir

P L A N

1. Qiymətin nəzəri əsasları.
2. Bazar qiymətinin əmələ gəlməsinin qiymətin mərkəzləşdirilmiş qaydada müəyyən edilməsindən fərqləndirici xüsusiyyətləri.
3. Qiymətin iqtisadi funksiyaları.
4. Qiymətin əmələ gəlməsinin metodoloji məsələləri.

ƏDƏBİYYAT

1. Çudakov A.D. . “Qiymət və qiymətin əmələ gəlməsi” Dərslik. Bakı, “Elm”, 2009, rus dilindən tərcümə, 312 səh.
2. Kazımlı X., Bayramov Q., Sadıqov B., Quliyev İ., Hübətova S., Məmmədov İ. Qiymətin əmələ gəlməsi. Dərslik Bakı, “Müəllim”, 2019, 498 səh.
3. Qarayev İ. Qiymətin əmələ gəlməsi. Dərslik. Bakı, UNEC, 2000, 358 səh.
4. Qafarov N.C., Quliyev İ.Q. Qiymət və qiymətləndirmə. Bakı, ADİU, 2017, 375 səh.

1. QIYMƏTİN NƏZƏRİ ƏSASLARI

Qiymət və qiymətin əmələ gəlməsi bazar iqtisadiyyatının əsas elementlərindən biridir. Qiymət mürəkkəb iqtisadi kateqoriyadır. Onda iqtisadiyyatın və bütövlükdə cəmiyyətin inkişafının demək olar ki, bütün əsas problemləri kəşifirlər. Bu ilk növbədə əmtəələrin istehsalı və reallaşdırılmasına, onların dəyərinin formalaşmasına ümumi daxili məhsulun (**ÜDM**) və milli gəlirin yaradılması, bölgüsü və istifadəsinə aiddir.

Qiymətin iki əsas nəzəriyyəsi mövcuddur. Bir nəzəriyyənin tərəfdarlarının fikrincə, əmtəənin qiyməti onun dəyərini ifadə edir. Digər nəzəriyyənin tərəfdarları isə belə hesab edirlər ki, əmtəənin qiyməti alıcının müəyyən faydalı əmtəəyə ödəməyə hazır olduğu pulun məbləğini əks etdirir. Buradan aydın olur ki, qiymət əmtəənin dəyərinin pulla ifadəsidir.

Qiymətdən fərqli olaraq qiymətin əmələ gəlməsi və ya xidmətlərə qiymətin formalaşması prosesini ifadə edir. Qiymətin əmələ gəlməsinin iki əsas sistemi vardır: *1) mərkəzləşdirilmiş; 2) bazar*. Birinci sistem qiymətin istehsal və tədavül xərcləri əsasında dövlət orqanları tərəfindən formalaşdırılmasını nəzərdə tutur. İkinci sistem isə tələb və təklifin qarşılıqlı təsirinə əsaslanır.

Əmtəənin qiymətinin ölçüsü nə ilə müəyyən olunur? Bu iqtisadi nəzəriyyənin ən mürəkkəb məsələsi olub hələ də iki əks məktəbin nümayəndələrinin kəskin mübahisələrini doğurur.

Qiymət nəzəriyyəsinin işlənməsi kapitalizmin inkişafının ilkin çağlarına aiddir. Bu mərhələ üçün qiymətin məsrəf nəzəriyyəsi xarakterik olmuşdur ki, onun da parlaq nümayəndələri Vilyam Petti, Adam Smit və David Rikardo olmuşlar. Məhz onlar qiymətin dəyər nəzəriyyəsinin əsasını qoymuşlar. Bu nəzəriyyəyə görə, əmtəənin dəyəri onun istehsalı üçün zəruri olan əməyin miqdarı ilə müəyyən edilir.

Qiymətin dəyər nəzəriyyəsinin ən ardıcıl tərəfdarı özünün dəyərin obyektiv substansiyası kimi abstrakt əmək barədə təlimi ilə K. Marks olmuşdur. Bu konsepsiyanın mahiyyəti aşağıdakıdan ibarətdir: əmtəə dəyər və qiymətə malikdir.

Dəyər - əməyin orta şəraitinə, qabiliyyətinə və intensivliyinə müvafiq gələn əmtəədə təcəssüm olan ictimai faydalı əmək məsrəfləridir. Hər cür əmtəə əməyin nəticəsi olduğuna görə, bütün əmtəələr keyfiyyətə oxşardırlar və deməli, müqayisə oluna bilən və ortaq ölçülüdür. Bu cür yanaşmada əmtəələrdə təcəssüm olunan əmək həmçinin keyfiyyətə oxşar, konkretlikdən məhrum, “*ümumiyyətlə*” əmək olur. İqtisadi nəzəriyyədə belə əməyi abstrakt əmək adlandırırlar.

Beləliklə, müxtəlif əmtəələrin dəyərlərinin nisbəti onlarda təmsil olunmuş abstrakt əməyin kəmiyyətlərinin nisbətini ifadə edir. Bu kəmiyyətlər də əmtəələrin mübadiləsinin (*və ya alqı-satqısının*) obyektiv nisbətlərini müəyyən edir.

Əmtəənin qiymətinə gəldikdə isə, bu onun dəyərinin pulla ifadəsidir. Ayrıca bir əmtəənin qiyməti təsadüfi bazar amillərinin təsiri altında onun dəyərindən kənarlaşa bilər.

Beləliklə, Marksın nəzəriyyəsi dəyərdə qiymətin obyektiv əsasını görür və bununla da dəyər və qiyməti fərqləndirir.

Digər konsepsiya əmtəənin qiymətini istehsal resurslarından daha yaxşı istifadə variantında pul məsrəflərinin cəmi ilə izah edir. Bu halda əmtəənin bazar qiyməti istehsalçının məsrəflərindən daha çox bu məsrəflərin faydalılığının alıcı tərəfindən qiymətləndirilməsindən asılıdır. Burada qiymət müəyyən edilməsi üçün istehsalçının məsrəflərinə nisbətən alıcının rəyinin daha əhəmiyyətli olduğu müstəqil qeyri-dəyər kəmiyyətidir. Qiymət dəyərdən “*azad olur*” və qiymətin izah olunması üçün ona ehtiyac qalmır.

Şərh etdiyimiz konsepsiyalar arasında mübahisə nəticədə aşağıdakına gətirib çıxarır: əmtəənin qiymətini təklif (*dəyər*), yoxsa tələb (*faydalılıq*) müəyyən edir? Əmtəənin faydalılığı onun dəyərinin funksiyasıdır, yoxsa əksinə, dəyər əmtəənin faydalılığının funksiyasıdır?

Müasir iqtisadi nəzəriyyə qiymətin əmələ gəlməsinin hər iki yanaşmasını qiymətdə obyektivliyi (*dəyər*) və subyektivliyi (*faydalılıq*) sintezləşdirməyə çalışır.

Qiymətin bazar təsərrüfatında yeri və rolunu müəyyən etmək üçün bazarın nə olduğunu aydınlaşdırmaq lazımdır. İqtisadi ədəbiyyatda “*bazar*” anla-

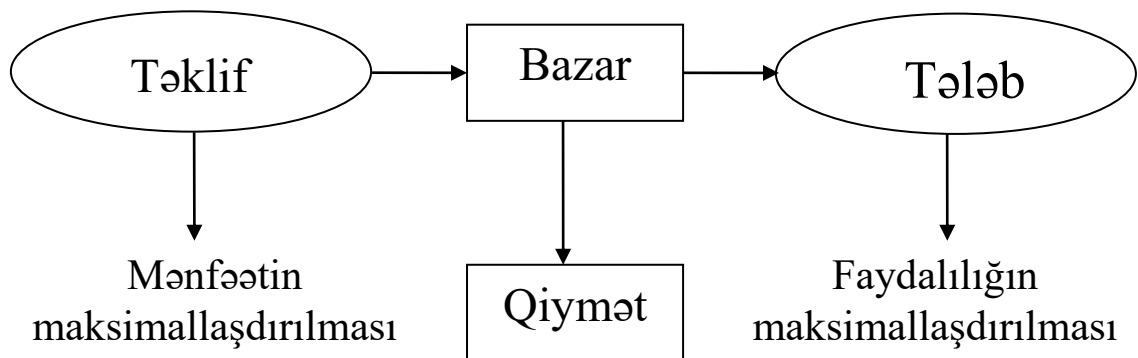
yışının çoxlu tərifi vardır. Bu da təbiidir. Məsələ bundadır ki, bazarçox mü-
rəkkəb hadisədir və hələ də kifayət qədər öyrənilməmişdir.

Bazar nədir? Aşağıdakı tərif daha dolğun və tamdır. **Bazar** – bazar
subyektləri arasındakı dayanıqlı, daima təkrarlanan dəyər, əmtəə-pul münasi-
bətləri mexanizmləri, qiymətin əmələ gəlməsi, tələb, təklif və əmtəələrin tə-
davül dairəsini təşkil edən bütün digər mexanizmlər vasitəsilə ifadə olunan
istehsal, ticarət, iqtisadi, texnoloji və s. əlaqələrdir.

Bazar əmtəə – pul münasibətləri və dəyər kateqoriyaları olan maliyyə,
kredit, əmək haqqı, maya dəyəri, mənfəət və qiymətin reallaşdırılmasının
əsas formasıdır. Dəyər kateqoriyalarının bu sistemi bütün təkrar istehsal pro-
sesini stimullaşdırır.

Bazar – satıcıların və alıcıların (*tələb və təklifin*) maraqlarının toqquş-
ması yolu ilə qiymətin əmələ gəldiyi iqtisadi prosesdir.

Bazarı aşağıdakı ən sadə sxemlə ifadə etmək olar:



Təsvir olunan sxemdən aşağıdakı prinsiplial nəticəyə gəlmək olar: qiymət
bazar münasibətlərində mərkəzi yer tutur. O, tələb və təklifi uyğunlaşdırmaq-
la satıcı və alıcının əks iqtisadi mənafeələrini yumşaldır. Qiymətin əmələ gəl-
məsi bazar iqtisadiyyatının əsas həlqəsi olmaqla yalnız çevik alət deyil, həm
də idarəetmənin mühüm vasitəsidir.

Bazar və qiymət əmtəə istehsalından asılı olan kateqoriyalardır. Burada
ilkin bazar sayılır. Bu onunla izah olunur ki, əmtəə istehsalında iqtisadi mün-
nasibətlər başlıca olaraq istehsal prosesinin özündə deyil, bazar vasitəsilə tə-
zahür edir. Məhz bazar əmtəə-pul münasibətləri və dəyər kateqoriyalarının
təzahürünün əsas formasıdır.

Bazar təsərrüfatında dəyər qanunu mühüm rol oynayır ki, o da qiymətin əmələ gəlməsi, tələb və təklifin tarazlaşdırılması mexanizmləri vasitəsilə reallaşır. O, resursların iqtisadiyyatın bir sektorundan digərinə və ayrı-ayrı sektorların daxilində “axınına” kömək etməklə ictimai istehsalın tənzimləyicilərindən biri kimi çıxış edir. Bu “axın” əmtəə-pul münasibətlərinin təsiri altında müəssisələr tərəfindən müstəqil sürətdə həyata keçirilir. Bununla əlaqədar olaraq keçid dövründə istehsalın səmərəli yerləşdirilməsi meyarı kimi qiymətin funksiyası meydana gəlir və güclənir.

2. BAZAR QIYMƏTİNİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİNİN QIYMƏTİN MƏRKƏZLƏŞDİRİLMİŞ QAYDADA MÜƏYYƏN EDİLMƏSİNDƏN FƏRQLƏNDİRİCİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyat şəraitində qiymətlərin formalaşması prinsipləri və metodları onların müəssisədə, yəni istehsalda, özü də çox vaxt məhsul buraxılışından əvvəl müəyyən olunmasına əsaslanır. Belə yanaşmada qiymətin bazası kimi istehsal məsrəfləri götürülür. Buradan da qiymətin əmələ gəlməsinin məsrəf metodunun hökmranlığı yaranır ki, o da hələ planlı iqtisadiyyat şəraitində tənqid edilirdi. Bu cür yanaşmada bazar qiymətlərin səviyyəsinə və dinamikasına çox zəif təsir göstərir. Belə ki, ən yaxşı halda o artıq müəyyən olunmuş qiymətdə əmtəəyə tələbin dərəcəsini təsbit edir.

Bazar qiymətinin əmələ gəlməsinin qiymətlərin mərkəzləşdirilmiş qaydada müəyyən edilməsindən əsaslı fərqi ondan ibarətdir ki, burada qiymətlərin formalaşmasının real prosesi istehsal dairəsində deyil, müəssisədə deyil, məhsulun realizasiyası dairəsində, yəni tələb və təklifin, əmtəə-pul münasibətlərinin təsiri altında bazarda baş verir. Əmtəənin qiyməti və onun faydalılığı bazar tərəfindən yoxlamadan keçir və qəti olaraq bazarda formalaşır.

Bazar münasibətləri şəraitində qiymətin əmələ gəlməsi mexanizmi qiymətlər, onların dinamikası vasitəsilə təzahür edir. Qiymətlərin dinamikası iki mühüm amilin – *strateji* və *taktiki* amillərin təsiri altında formalaşır.

Strateji amil bunda ifadə olunur ki, qiymətlər əmtəələrin dəyərləri əsasında əmələ gəlir. Qiymətlərin dəyər ətrafında daimi qalxıb-azalması baş verir. Bu proses çox mürəkkəbdir.

Taktiki amil bunda ifadə olunur ki, konkret əmtəələrin qiyməti bazar konyunkturasının təsiri altında formalaşır.

Birinci amil – uzunmüddətli perspektiv fəaliyyət amilidir. İkinci tez-tez (*gün, saat ərzində*) dəyişilə bilər. Çünki konyunktur dəyişikliklərin dinamikası çox yüksəkdir. Burada həmin dəyişikliklərin hərtərəfli öyrənilməsi tələb olunur. Həm birinci, həm də ikinci amil bazar iqtisadiyyatı şəraitində olduqca vacibdir. Onlara mükəmməl yiyələnmək və bacarıqla istifadə etməyi öyrənmək lazımdır.

Qeyd etdiyimiz amillərdən birincisi müasir texnikaya, qabaqcıl texnologiyaya malik, əməyin və istehsalın təşkilinin mükəmməl metodlarından istifadə edən firmalara daha əlverişli şərait yaradır. Nəticədə istehsal xərcləri aşağı olan firma və müəssisə daha çox fayda əldə edirlər. İkinci amil bazar konyunkturasından mükəmməl, tez və çevik istifadə edən müəssisə və firmaları daha əlverişli vəziyyətdə qoyur. Bu halda da çeviklik, istehsalı və istehsal infrastrukturunu, həmçinin yüksək peşəkar icraçıların (*kadrların*) diqqətlə hazırlanması tələb olunur. Hər iki amildən bacarıqla istifadə edən firmalar və müəssisələr bazarda müvəffəqiyyətə daha çox inam və fayda əldə edirlər.

Deməli, bazar şəraitində qiymətlərin dinamikası tamamilə başqa cür və xeyli dərəcədə gözlənilmədən formalaşır. Lakin bazarın təbiəti və onun qanunları belədir ki, bunu da nəzərə almamaq olmaz. Əksinə, bütün bazar amillərini dərinlən və hərtərəfli öyrənmək və onlardan bacarıqla istifadə etməyə çalışmaq lazımdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, (*bunu xarici ölkələrin təcrübəsi də sübut edir*) dövlət bazar konyunkturasına və qiymətlərin dinamikasına iqtisadi cəhətdən təsir göstərə bilər və göstərməlidir. Bununla əlaqədar olaraq artıq bazar iqtisadiyyatlı ölkələrdə sınaq edilmiş tədbirlər sistemi, yəni dövlət orqanları tərəfindən qiymətlərin səviyyəsinin həddinin müəyyən olunması; idarəetmə orqanları tərəfindən rəqabətin inkişafına yönəldilmiş tədbirlərin görülməsi; müvafiq vergi siyasəti və s. tələb olunur.

Bazar iqtisadiyyatının güclü hərəkətverici qüvvəsi rəqabət sayılır. Məhz o dəyər qanunu, qiymətin əmələ gəlməsi kimi təsirli mexanizmlərdən istifadə edərək iqtisadiyyatı irəli aparır. Rəqabət – sahibkar üçün öz istehsalını təkmilləşdirməsinə, dözümlülüyünə və yaşamasına xüsusi imtahandır. Bununla belə, rəqabət istehsalın daima və hərtərəfli təkmilləşdirilməsinin stimullaşdırılması mexanizmi, iqtisadiyyatda bütün faydalıların möhkəmləndirilməsi, mükəmməl olmayan və geridə qalanların isə sıxışdırılıb aradan çıxarılması mexanizmidir. Buna görə də təsadüfi deyildir ki, qərb ölkələrinin antiinhisar qanunvericiliyində təmiz rəqabətə qəsd edilməsi ən ağır cinayətlərdən biri hesab olunur. Təmiz rəqabət əsasdır, onu yaratmaq bazarın yaradılması deməkdir.

Qiymətin əmələ gəlməsinin bazar mexanizmi sənayedə və ticarətdə inhisarçılığın ləğv edilməsi və rəqabət üçün şərait yaratmalı, bunun vasitəsilə onların strukturunun və həmçinin istehlakın strukturunun optimallaşdırılmasına kömək etməlidir.

Planlı təsərrüfatın ayrılmaz elementi qiymətlərin direktiv təyin olunması sistemidir ki, bu da məhsulu hazırlayanların və onun istehlakçılarının iqtisadi maraqlarını zəif nəzərə alır. Xalq təsərrüfatının iqtisadi inkişafını təmin etmək üçün istehsal məsrəfləri elementlərinin real bahalaşması və ucuzlaşmasını izləmək və əmtəələrin tələbi və təklifi arasındakı uyğunluğu gözləmək lazımdır. Lakin direktiv təyin olunan qiymətlər bu məqsədlərə xidmət edə bilmirlər.

Qiymətin əmələ gəlməsi metodunun səmərəliliyi ilk növbədə, onda cari bazar konyunkturasını müəyyən edən və investisiyaların və iqtisadiyyatın özünün strukturunu formalaşdıran tələbin nə qədər dolğun nəzərə alınması ilə müəyyən olunur. Direktiv qiymətlər demək olar ki, tələbin dəyişilməsi barədə xəbər vermirlər. Bu əmtəələrin daimi defisitliyinə səbəb olur və istehsal ilə istehlakın uyğunsuzluğunu doğurur.

Qiymətin əmələ gəlməsinin bazar mexanizminin olmaması planlı iqtisadiyyatda inflyasiyanın qarşısını almır. Ona xas olan gizli inflyasiya əmtəələrin və xidmətlərin çatışmazlığı ilə müşayiət olunur. Gizli inflyasiya açıq inflyasiyaya keçdikdə qiymətlərin kəskin artması baş verir.

Beləliklə, direktiv qiymətin əmələ gəlməsi iqtisadiyyatda təkrar istehsal proporsiyalarının pozulmasına, məhsulun istehsalçıları və istehlakçılarının mənafeələrinin təhrif edilməsinə, iqtisadiyyatın son istehlakçıdan ayrılmasına gətirib çıxardan bir sıra sabitsizləşdirici ziddiyyətlər doğurur.

Qiymətin əmələ gəlməsinin direktiv sistemi iqtisadi mənafeələrin uyğunlaşdırılması aləti ola bilməz və obyektiv şəkildə iqtisadi inkişafa əngəl törədir. Bu direktiv qiymətlər sistemindən məhsulun istehlakçısının onu hazırlayanla qarşılıqlı razılaşması əsasında müəyyən edilən qiymətlərə keçilməsini zəruri edir.

Bazar şəraitində tərəflərin razılaşması ilə müəyyən olunan qiymətlər *müqavilə (sərbəst) qiymətləri* adlanır. Müqavilə bazar qiymətlərinin əmələ gəlməsi ideyası istehsalçı müəssisəni tələb olunan və defisit aradan qaldırılmasına imkan verən əmtəələrin buraxılmasına yönəlməkdən ibarətdir. Bazar qiymətlərinin müəyyən olunmasında çeviklik və operativlik iqtisadiyyatın daha dinamikliyinə gətirib çıxardır və ictimai tələbatların ödənilməsinə istiqamətlənir. Sərbəst (*müqavilə*) qiymətlər əmtəə istehsalçıları və məhsulun istehlakçıları arasında razılaşma yolu ilə müəyyən olunur və xalq təsərrüfatında iqtisadi mənafeələrin uyğunlaşdırılmasının mühüm elementi sayılır.

Sərbəst qiymətlərə keçilməsi prosesinin normal getməsi, yəni sərbəst qiymətlərin artımının yol verilən həddə olması və ilk növbədə istehsalın azalmasına gətirib çıxartmaması üçün aşağıdakı şərtlər gözlənilməlidir:

- 1) qiymətlərə dair müqavilələrin imzalanmasında iştirak etmək hüququna malik müəssisələrin real təsərrüfat müstəqilliyi;
- 2) sərbəst qiymətlərlə satılacaq əmtəələrin defisit olmaması;
- 3) əmtəə istehsalçılarının inhisarının olmaması;
- 4) iqtisadiyyatın, ilk növbədə təsərrüfatın baza sahələrinin strukturunun yenidən qurulması və müdafiə kompleksinin konversiyası;
- 5) dövlətin hüdudlarında vahid iqtisadi məkanın təmin olunması;
- 6) təchizatçı və istehlakçıların sərbəst seçim hüququnun qanunvericilik təminatı.

Bu sadalanan şərtlər olmadıqda ya sərbəst qiymətlərin fəaliyyət dairəsini məhdudlaşdırmaq, ya da onların azad hərəkətinə yol verməklə, dövlət tənzim-

lənmesini həyata keçirmək lazımdır. Deməli, belə şəraitdə sərbəst qiymətlərə müşahidəni və nəzarəti təşkil etmək lazım gəlir. Yəqin ki, bu bazara keçid zamanı sərbəst qiymətin əmələ gəlməsi sahəsindəki siyasətin həyata keçirilməsinin daha münasib üsuludur. Belə nəzarət istehsalın azalmasının qarşısının alınmasına, inflyasiyanın sürətini məhdudlaşdırmağa, əmtəə istehsalçıları üçün stimül yaratmağa, gəlirləri qiymətin hesabına deyil, istehsalın artırılması hesabına çoxaltmağa imkan verir.

İqtisadi şərait dəyişildikcə bazar konyunkturasının öyrənilməsi və bunun əsasında da iqtisadiyyatın inkişafının hər bir mərhələsində qiymətin əmələ gəlməsinin strategiya və taktikasının işlənilib hazırlanmasına ölkədəki ümumi iqtisadi şəraitin, yəni makroiqtisadi proseslərin təhlilindən başlamaq lazımdır.

İqtisadiyyatın sərbəst qiymətin əmələ gəlməsinə keçilməsi ilə qiymətin regional məsrəflərdəki obyektiv fərqləri və müxtəlif bazarlarda formalaşan tələbi nəzərə alan dəyərə yaxınlaşması problemi kəskinləşir. Bununla əlaqədar olaraq bazar təsərrüfatında dəyər və qiymətin ərazi (*regional*) diferensiasiyası problemi nəzəri cəhətdən dərinlən öyrənilməyi tələb edir. Bu şəraitdə nəzərə almaq lazımdır ki, ayrı-ayrı əmtəələr üzrə satış bazarlarının xarakteri və arealını (*yayılma sahəsini*), qiymət səviyyəsinə görə onların vahid və regional (*yerli*) bazarlara bölünməsinə müəyyən edən istehsalçı və istehlakçıların əlaqələrinin formalaşmasının obyektiv xüsusiyyətləri vardır. Bir regional bazarda formalaşan qiymətlər sistemi birbaşa və əks əlaqələr vasitəsilə digər regional bazarlarda fəaliyyət göstərən qiymətlər sisteminə təsir göstərir ki, nəticədə də tədricən vahid bazar və həmin bazara uyğun qiymətlər sistemi formalaşır.

3. QIYMƏTİN İQTİSADI FUNKSIYALARI

Qiymətin funksiyası onun daxili məzmununun xarici təzahürüdür. Qiymətin beş funksiyasını ayırmaq olar: 1) uçot funksiyası; 2) stimullaşdırıcı funksiyası; 3) bölüşdürücü funksiyası; 4) tələb və təklifin tarazlaşdırılması funksiyası; 5) istehsalın səmərəli yerləşdirilməsi meyarı funksiyası.

1. Uçot funksiyası və ictimai əmək məsrəflərinin ölçülməsi qiymətin özünün mahiyyəti ilə müəyyən olunur. Yəni, dəyərin pulla ifadəsi olan qiy-

mət bu və ya digər məhsula konkret tələbatın ödənilməsi cəmiyyətə nəyə başa gəldiyini göstərir. Qiymət əmtəənin istehsalına nə qədər əmək, xammal, material, komplektləşdirici məmulatlar və s. sərf olunduğunu ölçür, əməkdən necə səmərəli istifadə edildiyini göstərir. Qiymət yalnız əmtəələrin istehsalı və tədavülü xərclərinin cəmini deyil, həm də mənfəətin miqdarını ifadə edir.

Lakin bazar münasibətləri şəraitində qiymətin bu funksiyasını yalnız xərclərin və ya əmtəə istehsalçısının onu bazara çıxartdıqda təklif etdiyi qiymətin ölçülməsinə aid etmək olmaz. Məsələ burasındadır ki, bazar qiyməti bir çox amillərin təsiri altında xərclərdən xeyli kənarlaşa bilər. İstehsal məsrəflərinin doğruluğunun, onların ictimai əhəmiyyətinin qəbul edilməsi yalnız bazarda, əmtəənin istehsalçısı və istehlakçısının bilavasitə əlaqəsi zamanı onların mənafeələrinin toqquşması nəticəsində baş verir. İstehsalçının mənafeyi öz əmtəəsinin satışından daha çox pul əldə etməkdən ibarətdir, istehlakçı isə alışının minimum qiymətə başa gəlməsində maraqlıdır.

Rəqabətə davam gətirmək üçün əmtəə istehsalçısı öz xərclərinə daima nəzarət edir, onları rəqiblərinin məsrəfləri ilə tutuşdurur və öz xərclərini azaltmaq, həmçinin əmtəəsinin keyfiyyətini yüksəltmək hesabına rəqiblərini ötüb keçməyə çalışır.

Qiymət bu funksiyada kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinə ayrılan bütün dəyər göstəricilərinin hesablanması vasitəsi olur.

Kəmiyyət göstəricilərinə - ÜDM, milli gəlir, kapital qoyuluşlarının həcmi, əmtəə dövriyyəsinin həcmi, firmaların, müəssisələrin və sahələrin məhsulunun həcmi və s. aiddir.

Keyfiyyət göstəricilərinə - rentabellik, əmək məhsuldarlığı, fondverimi və s. daxildir.

Qiymət bu funksiyada istehsalın səmərəliliyinin əsas göstəricilərindən biri kimi çıxış edir, bazar münasibətləri şəraitində təsərrüfat qərarlarının qəbul olunması üçün oriyentir (*istiqamətləndirici*), firmadaxili planlaşdırmanın mühüm aləti rolunu oynayır.

2. Qiymətin stimullaşdırıcı funksiyasının mahiyyəti müxtəlif növ əmtəələrin istehsalı və istehlakına qiymətin həvəsləndirici və saxlayıcı təsirində ifadə olunur. Qiymət istehsalçıya stimullaşdırıcı təsiri ona daxil edilən mənfəə-

tin kəmiyyəti vasitəsilə göstərir. Təsərrüfat həyatında qiymət bu və ya digər əmtənin istehsalının və istehlakının artmasına (və ya azalmasına) imkan yarada (və ya mane ola) bilər. İstehsalçılar üçün bilavasitə öz məhsullarını satdıqları qiymət xüsusilə əhəmiyyətlidir.

Qiymətin köməyi ilə aşağıdakıları stimullaşdırmaq olar:

- 1) elmi-texniki tərəqqi;
- 2) resurs məsrəflərinə qənaət;
- 3) məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması;
- 4) istehsalın və istehlakın strukturunun dəyişməsi.

Stimullaşdırma qiymətdə mənfəətin səviyyəsinin yüksəldilməsi, əsas qiymətə əlavə və güzəştlərin müəyyən edilməsi yolu ilə həyata keçirilir.

3. Qiymətin bölüşdürücü funksiyası qiymətin çoxsaylı bazar amillərinin təsiri altında dəyərdən kənarlaşmasının mümkünlüyü ilə əlaqədardır. Onun mahiyyəti bundan ibarətdir ki, qiymətin köməyi ilə milli (*xalis*) gəlirin aşağıdakılar arasında bölgüsü və yenidən bölgüsü həyata keçirilir:

- a) iqtisadiyyatın sahələri;
- b) mülkiyyətin müxtəlif formaları;
- c) ölkənin regionları;
- d) yığım fondu və istehlak fondu;
- e) əhalinin müxtəlif sosial qrupları.

Məsələn, zinət əşyalarına və bahalı əmtəələrə (*zərgərlik məmulatları, minik avtomobilləri və s.*) yüksək pərakəndə qiymətlərin köməyi ilə əhalinin az təminatlı təbəqələrinin sosial müdafiəsi məqsədilə istifadə olunan xüsusi fondların formalaşması üçün əhalinin yüksək səviyyəli gəlirə malik müəyyən hissəsinin pul vəsaitləri büdcəsi hesabına yenidən bölgüsü təmin edilir.

4. Tələb və təklifin tarazlaşdırılması funksiyası bunda ifadə olunur ki, qiymət vasitəsilə istehsal və istehlak, təklif və tələb arasındakı əlaqə həyata keçirilir.

Qiymət istehsal və tədavül dairələrində disproporsiyaların baş verməsi barədə xəbərdarlıq edir və onların aradan qaldırılması üçün lazımi tədbirlərin görülməsini tələb edir. Qiymət tələb və təklif arasında uyğunluğa nail olumasında çevik alət rolunu oynayır. Təsərrüfatın inkişafında disproporsiya, tə-

klif və tələb arasında uyğunsuzluq baş verdikdə onların arasında tarazlığa qiymətin azalmasının gücləndirilməsi (*əmtəələrin istehsalının azaldılması və ya artırılması yolu ilə*) vasitəsilə nail olunur.

Qiymət bazarda tələb olunan əmtəələrin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və çeşidinin genişləndirilməsində istehsalçını maraqlandırmalıdır. İnzibati komanda idarəetmə sistemi şəraitində tələb və təklif arasında tarazlıq istehsal və maddi-texniki təchizat planları ilə tənzimlənirdi.

Bazar münasibətləri şəraitində bu funksiyada qiymət ictimai istehsalın kortəbii tənzimləyicisi rolunu oynayır, yəni tələb olunmayan əmtəələrin istehsalı azaldılır, maddi və pul resursları isə bazar üçün lazımlı və tələb olunan əmtəələrin buraxılışının artırılmasına yönəldir.

Tələb alıcı tərəfindən onun əmtəəni almaq imkanlarının mövcudluğu nəzərə alınmaqla, əmtəəyə olan tələbatını ifadə edir. Bu alınan əmtəələrin bazar qiyməti ilə miqdarı arasında əks asılılıqda təzahür olunur. Başqa şərtlər eyni olduqda alınan əmtəələrin miqdarı onların qiymətinin səviyyəsindən asılıdır. Qiymət nə qədər yüksək olarsa, alıcı tərəfindən o qədər az əmtəə alınır. Nəticədə də satılan əmtəələrin həcmi azalır. Qiymətin azalması ilə əmtəələrə tələb artır.

Təklif qiymət və bazara çıxarılan əmtəələrin miqdarı arasında düz asılılığı ifadə edir. Qiymət yüksəldikdə satışa təklif olunan əmtəələrin həcmi artır və əksinə.

Beləliklə, tələb və təklif arasında tarazlaşdırıcı funksiyayı əmtəələr çatışmadıqda təklifin artırılmasını, əmtəələr artıq olduqda isə tələbin azaldılmasını stimullaşdıran qiymət yerinə yetirir.

5. Qiymətin istehsalın səmərəli yerləşdirilməsi meyarı kimi funksiyası daha yüksək mənfəət əldə etmək üçün qiymət mexanizminin köməyi ilə kapitalın iqtisadiyyatın bir sektorundan mənfəət normasının daha yüksək olduğu digər sektoruna və ayrı-ayrı sektorlar daxilində “*axınının*” həyata keçirilməsində təzahür edir. Belə axın firmalar tərəfindən rəqabət və tələb qanunlarının təsiri altında müstəqil surətdə həyata keçirilir. Öz kapitalını hansı fəaliyyət dairəsinə, iqtisadiyyatın hansı sahəsinə və ya dairəsinə qoymağı yalnız müəssisə həll edir.

4. QIYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİNİN METODOLOJİ MƏSƏLƏLƏRİ

Qiymətin əmələ gəlməsinin metodologiyası ümumi qaydaların, prinsiplərin və metodların, yəni qiymətin əmələ gəlməsi konsepsiyasının işlənilib hazırlanması, qiymətin müəyyən edilməsi və əsaslandırılması, qiymət sisteminin formalaşması, qiymətin əmələgəlməsinin idarə edilməsinin məcmusudur.

Metodologiya qiymətlərin müəyyən edilməsinin bütün səviyyələri üçün ümumidir, yəni qiymətin hansı müddətə müəyyən edilməsindən asılı olmayaraq onun formalaşmasının əsas müddəaları və qaydaları dəyişilmir. Bu ölkənin iqtisadiyyatında fəaliyyət göstərən vahid qiymət sisteminin yaradılmasının zəruri ilki şərtidir.

Qiymətin əmələ gəlməsi prinsipləri – bütün qiymət sistemi üçün səciyyəvi olan və onun əsasında dayanan daima fəaliyyət göstərən əsas müddəalardır.

Qiymətin əmələ gəlməsinin əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

- 1) qiymətin əsaslandırılmasının elmiliyi;
- 2) qiymətin məqsədli istiqamətləndirilməsi;
- 3) qiymətin əmələ gəlməsi prosesinin fasiləsizliyi;
- 4) qiymətin əmələ gəlməsi prosesinin vəhdəti və qiymətə riayət edilməsinə nəzarət.

Bu prinsipləri nəzərdən keçirək.

Qiymətin əsaslandırılmasının elmiliyi prinsipi qiymətin əmələ gəlməsində bazar iqtisadiyyatının inkişafının obyektiv iqtisadi qanunlarının, ilk növbədə dəyər qanununun, tələb və təklif qanunlarının dərk edilməsi və nəzərə alınmasının zəruriliyindən ibarətdir.

Qiymətin elmi cəhətdən əsaslandırılması bazar konyunkturasının, bütün bazar amillərinin, həmçinin iqtisadiyyatda fəaliyyət göstərən qiymət sisteminin dərin təhlilinə arxalanır. Bu zaman istehsalın inkişaf meyllərinin aşkar edilməsi, xərclərin səviyyəsinin, tələbin, əmtəələrin keyfiyyətinin və s. dəyişilməsinin proqnozlaşdırılması lazımdır.

Qiymətin əsaslandırılmasının elmiliyi qiymətin müəyyən olunması prosesinin dolğun informasiya təminatından çox asılıdır və geniş, hərtərəfli, ilk növbədə iqtisadi informasiyalar tələb edir.

Qiymətin məqsədli istiqamətləndirilməsi prinsipi qiymətin köməyi ilə həll olunması prioritet iqtisadi və sosial problemlərin, məsələn əhalinin sosial müdafiəsi probleminin və ya qiymətin yeni mütərəqqi məhsulun istifadə edilməsinə, onun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə məqsədli istiqamətləndirilməsi probleminin dəqiq müəyyən olunmasından ibarətdir. Bu məqsədlə ölkəmizdə və xaricdə müəyyən müddət ərzində prinsip etibarilə yeni növ məhsullara maksimum (*inhisar*) mənfəəti təmin edən qiymət müəyyən edilməsinə icazə verilir.

İqtisadiyyatın inkişafının hər bir mərhələsində qiymətin məqsədli prioritetləri və məqsədli istiqaməti dəyişilir.

Qiymətin əmələ gəlməsi prosesinin fasiləsizliyi prinsipi aşağıdakı qaydada təzahür edir. Əvvəlcə, məhsul xammaldar hazır məmulata çevrilənə qədərki hərəkətində bir sıra mərhələlərdən (*məsələn, filiz-çuqun-polad – prokat və i.a.*) keçir ki, bu mərhələlərin hər birində də o, özünün qiymətinə malik olur. İkincisi, köhnəlmiş əmtəələrin istehsaldan çıxarılması və yenilərinin mənimsənilməsi ilə əlaqədar olaraq fəaliyyət göstərən qiymətlərə daima dəyişikliklər və əlavələr edilir. Bazar münasibətlərinin inkişafı və rəqabətin güclənməsi ilə bu proses daha dinamik olur.

Qiymətin əmələ gəlməsi prosesinin vəhdəti və qiymətə riayət edilməsinə nəzarət prinsipi bundan ibarətdir ki, dövlət orqanları onlara nəzarət etməyə borcludurlar. Bu nəzarət ilk növbədə qiymətin dövlət tənzimlənməsinin tətbiq olunduğu sahələrin məhsul və xidmətlərinə şamil edilir. Bunlar inhisarçı müəssisə və sahələrin məhsul və xidmətləridir.

Sərbəst qiymət rejiminin fəaliyyət göstərdiyi əmtəələr barəsində də belə nəzarət həyata keçirilir. Nəzarətin məqsədi qiymətin əmələ gəlməsinin qanunvericiliklə müəyyən edilmiş, hamı üçün ümumi prinsip və qaydalarının tətbiqinin düzgünlüyünü yoxlamaqdan ibarətdir.

Müəssisə və ya təşkilatlarda qiymət intizamı pozulduğu halda müqəssirə qarşı inzibati və iqtisadi tədbirlər (*cərimə və s.*) görülür.

Nəzarətin iki növü fərqləndirilir: a) dövlət nəzarəti; b) ictimai nəzarət.

Dövlət nəzarəti qiymətin əmələ gəlməsinin dövlət orqanlarının müfəttişləri tərəfindən həyata keçirilir. Bundan başqa, həm mərkəzdə, həm də yerlərdəki ticarət idarələrindəki ticarət, əmtəələrin keyfiyyəti və istehlakçıların hüquqlarının qorunması üzrə dövlət müfəttişliyi belə nəzarəti tətbiq edə bilərlər.

İctimai nəzarət isə istehlakçılar cəmiyyəti tərəfindən həyata keçirilir. İstehlakçıların hüquqlarının qorunmasına dair Azərbaycan Respublikasının qanununda istehlakçılar cəmiyyətinin qiymətə nəzarət etmək üçün müəyyən hüquqları nəzərdə tutulmuşdur.

Tərtib edən:

i.e.d.,dos. C.S.Zeynalov