FƏNN: QİYMƏT VƏ QİYMƏTLƏNDİRMƏ

MÖVZU 2: QİYMƏTLƏRİN TƏSNİFATI VƏ ONLARIN SİSTEMİ

Müəllim: Rafiq Vahid oğlu Abbasov

Tarix : 2025

İxtisas: Marketinq

Qrup: $3^1, 3^2, 3^3$

Mühazirə: Qarışıq

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

P L A N

1. Qiymətin növləri və onların təsnifatı.
2. Qiymətlər sistemi və onun əsas əlamətləri.

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., Hümbətova 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. QİYMƏTİN NÖVLƏRİ VƏ ONLARIN TƏSNİFATI

Bir sıra iqtisadi əlamətlərdən asılı olaraq bütün qiymətlər növlərə və növ müxtəlifliklərinə təsnifləşdirilir.

Qiymətlərin təsnifatının birinci və ən mühüm əlaməti xidmət etdiyi əmtəə tədavülü dairəsinə uyğun olaraq onun diferensiallaşdırılmasıdır. Bu əlamətdən asılı olaraq qiymətlər aşağıdakı əsas növlərə bölünür:

1) sənaye məhsullarının topdansatış qiymətləri;
2) tikinti məhsullarının qiymətləri;
3) kənd təsərrüfatı məhsullarının satınalma qiymətləri;
4) yük və sərnişin nəqliyyatı tarifləri;
5) pərakəndə qiymətlər;
6) kommunal və məişət xidmətləri tarifləri;
7) xarici ticarət dövriyyəsinə xidmət edən qiymətlər (*ixrac və idxal qiymətləri*).

1. Sənaye məhsullarının topdansatış qiymətləri – mülkiyyət formasından asılı olmayaraq topdansatış dövriyyəsi qaydasında sənaye müəssisələri, firmalar və təşkilatların məhsullarının satıldığı və alındığı qiymətlərdir.

Sənaye məhsullarının topdansatış qiymətləri də öz növbəsində iki yarım növə bölünür:

a) müəssisənin topdansatış qiyməti (*buraxılış qiyməti*).
b) sənayenin topdansatış qiyməti.

Müəssisənin topdansatış qiyməti (buraxılış qiyməti) – məhsulu hazırlayanın qiymətidir ki, onunla da müəssisə istehsal etdiyi məhsulu topdansatış təşkilatlarına və ya digər müəssisələrə satır.

Sənayenin topdansatış qiyməti – müəssisə və istehlakçı təşkilatların topdansatış və təchizatçı təşkilatların məhsullarına ödədikləri qiymətdir.

Sənayenin topdansatış qiyməti müəssisənin topdansatış (*buraxılış*) qiymətindən başqa, təchizat-satış əlavəsini və ya güzəştini, həmçinin əlavə dəyər vergisini (*ƏDV*) özündə birləşdirir.

2. Tikinti məhsullarının qiymətləri. Tikinti məhsullarına üç qiymət növü tətbiq edilir:

1) smeta dəyəri – hər bir obyektin tikilməsi xərclərinin hədd ölçüsüdür;

2) preyskurant qiyməti – standart tikinti obyektinin son məhsul vahidinin (*1 kv.m. yaşayış sahəsi, 1 kv.m. yararlı sahə, 1 kv.m. rəngsaz işləri və s.*) orta smeta dəyəridir;

3) müqavilə qiyməti – sifarişçi və podratçı (*podratla iş görən*) arasında razılaşmaya əsasən müəyyən edilən qiymətdir.

3. Kənd təsərrüfatı məhsullarının satınalma qiymətləri – kənd təsərrüfatı müəssisələri, fermerlər və əhali tərəfindən kənd təsərrüfatı məhsullarının satıldığı qiymətlərdir. Satınalma qiymətləri – müqavilə (*sərbəst*) qiymətlərdir, onlar tələb və təklifin nisbətindən asılı olaraq müəyyən edilir.

Öz tərkibinə görə satınalma qiyməti, birincisi maya dəyərindən, ikincisi, bazar iqtisadiyyatı şəraitində təsərrüfat fəaliyyətinin nəinki sadə, həm də geniş təkrar istehsal əsasında davam etdirilməsi üçün zəruri olan mənfəətin miqdarından, üçüncüsü isə ƏDV-dən ibarətdir.

Kənd təsərrüfatının inkişafı üçün sənaye və kənd təsərrüfatı arasında məhsulların mübadiləsi zamanı ekvivalentliyin gözlənilməsi, şəhər və kənd arasında qiymət ziddiyyətinə yol verilməməsində qiymət paritetinin təmin olunması çox vacibdir. Bu paritet nə kənd təsərrüfatına, nə də ki, sənayeyə heç bir zərər vurmadan qiymət vasitəsilə sənaye ilə kənd təsərrüfatı arasında məhsulların qarşılıqlı faydalı mübadiləsini təmin etməlidir. Qiymət paritetinin uzun müddət daima pozulması kənd təsərrüfatına xeyli ziyan vurmuş, onun iqtisadiyyatına mənfi təsir göstərmiş və bu sahənin inkişafını ləngitmişdir. Buna görə də dövlət tərəfindən kənd təsərrüfatına daima iqtisadi və sosial yardım (*güzəştli kreditlər, maddi-texniki resurslarla təmin edilməsi və i.a.*) göstərilməlidir.

4. Yük və sərnişin nəqliyyatı tarifləri – nəqliyyat təşkilatları tərəfindən yüklərin və sərnişinlərin bir yerdən başqa yerə daşınması müqabilində yük göndərənlərdən və əhalidən alınan haqqdır. Tarifin tərkib elementləri – nəqliyyat təşkilatlarının xərcləri və mənfəəti, həmçinin əlavə dəyər vergisidir (*ƏDV*).

5. Pərakəndə qiymətlər – əmtəələrin pərakəndə ticarət şəbəkəsində əhaliyə, müəssisə və təşkilatlara satıldığı qiymətlərdir. Onlar son qiymətlərdir. Əmtəələr bu qiymətlərlə tədavül dairəsindən çıxır və ev təsərrüfatında, yaxud da istehsalda istehlak olunurlar.

Pərakəndə qiymətin tərkibinə sənayenin topdansatış qiyməti, ƏDV, ticarət əlavəsi və ya ticarət güzəşti, həmçinin satış vergisi daxildir. Ticarət əlavəsi ticarət təşkilatlarının xərclərindən və onların fəaliyyətlərinin davam etdirilməsi üçün mənfəətdən ibarətdir.

Qiymətin əmələ gəlməsi prosesini sxematik şəkildə aşağıdakı kimi təsvir etmək olar:

<table>
<tr><td rowspan="2">Müəssisənin xərcləri (maya dəyəri)</td><td rowspan="2">Mənfəət</td><td colspan="2">Təchizat-satış və ya topdansatış əlavə (güzəşt)</td><td colspan="2">Ticarət əlavəsi (güzəşti)</td></tr>
<tr><td>Xərclər</td><td>Mənfəət</td><td>Xərclər</td><td>Mənfəət</td></tr>
<tr><td colspan="2">Müəssisənin topdansatış (buraxılış) qiyməti</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="4">Sənayenin topdansatış qiyməti</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="6">Pərakəndə qiymət</td></tr>
</table>

Göründüyü kimi, qiymətin hər bir sonrakı növü əvvəlkini özünə daxil edir.

Əmtəənin satışının hər bir mərhələsində qiymətə əlavə olaraq əlavə dəyər vergisi, həmçinin aksiz daxil edilir ki, bu da istehsalçı müəssisə tərəfindən büdcəyə ödənilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, dolayı vergi olan əlavə dəyər vergisi (*ƏDV*) əmtəənin hərəkətinin hər bir mərhələsində yaranır və pərakəndə qiymətdə toplanır. O, son istehlakçı, yəni əhali və ya dövlət tərəfindən ödənilir. Bu vergi, adətən 20% təşkil edir, lakin onun ayrı-ayrı əmtəə qrupları (*bəzi qida məhsulları, dərmanlar, uşaq malları və s.*) üzrə güzəştli dərəcələri də vardır.

Qiymətdə dolayı vergilərin payı alkoqollu içkilərdə 90%-ə, əsas qida məhsullarında isə 10%-ə çatır.

ƏDV və aksizlər mənfəət vergisi və gömrük rüsumu ilə birlikdə büdcənin əsas gəlir maddələridir.

Satış qiymətindən başqa, istehlak qiyməti və ya istehlak xərcləri də vardır. Məsələ bundadır ki, tələbatı ödəmək üçün əmtəəni almaq kifayət etmir. Belə ki, bir çox əmtəələr, xüsusilə də uzunmüddətli istifadə olunan əmtəələr üçün istismar xərcləri də, yəni xidmət, təmir, ehtiyat hissələri, yanacaq, elektrik enerjisi və i.a. xərcləri çəkilməlidir. Buna görə də istehlakçının xərcləri

iki hissədən, yəni əmtəənin bazar qiyməti və əmtəənin istehlakı ilə əlaqədar çəkilən xərclərin daxil edildiyi istehlak qiymətindən ibarətdir. Uzun müddətli istifadə əmtəələrinin istehlak qiyməti, adətən satış qiymətindən çox yüksək olur.

6. Kommunal və məişət xidmətləri tarifləri – məişət və kommunal xidməti idarələri tərəfindən əhaliyə göstərilən müxtəlif növ xidmətlərə görə haqqdır. Bunlara camaşırxana, bərbərxana, kimyəvi təmizləmə xidmətlərinin qiymətləri, paltar və ayaqqabı təmiri qiymətləri, həmçinin mənzil, telefon və s. haqqları aiddirlər.

7. Xarici ticarət dövriyyəsinə xidmət edən qiymətlər (ixrac və idxal qiymətləri) aşağıdakı spesifik əlamətlərə malikdirlər:

1) dövlətin başqa ölkələrlə xarici iqtisadi əlaqələrini əks etdirir;

2) dünya təsərrüfatının istehsal və satış şəraitlərini ifadə edən dünya bazarı qiymətlərindən asılı olur.

Xarici ticarət qiymətlərindən əmtəələrin ixracı və idxalı zamanı istifadə edilir. Xarici ticarət sövdələşmələri, adətən, dünyanın əsas əmtəə bazarlarının qiymətləri əsasında həyata keçirilir.

Dünya qiyməti əmtəənin dünya beynəlmiləl dəyərinin pulla ifadəsidir. O, dünya bazarında bu və ya digər əmtəənin tələb və təklifinin, valyuta məzənnələrinin artıb-azalmalarının və i.a. təsiri altında formalaşır.

Dünya qiymətləri xeyli dərəcədə xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsini ixrac və idxalın lisenziyalaşdırılması, kotirovka edilməsi, maddi yardım göstərilməsi vasitəsilə həyata keçirən dövlətin təsiri altında olur. Dünya qiymətlərinə inflyasiya böyük təsir göstərir.

İxrac olunan əmtəələrə ölkə daxilində xüsusi qiymətlər və daxili topdansatış qiymətlərinə əlavələr müəyyən olunur. Onlara həmçinin gömrük rüsumları və digər gömrük ödənişləri də daxil edilir.

İdxal olunan əmtəələrin qiymətləri idxal (*müqavilə*) dəyəri əsasında, aşağıdakıları da özünə daxil etməklə müəyyən olunur: 1) alınma xərcləri; 2)ixracçı ölkənin valyutasında əmtəələrin sərhəddə qədər çatdırılması xərcləri.

Sərhəddi keçdikdə, yəni Azərbaycan ərazisində idxal dəyəri Mərkəzi bankın müəyyən etdiyi rəsmi məzənnə üzrə manatla yenidən hesablanır. Ona idxal vergisi, gömrük rüsumu, aksiz, ƏDV və digər ödənişlər əlavə edilir.

İdxal olunan istehlak mallarının ölkə daxilində pərakəndə satış qiymətləri, adətən, tələb və təklifin nisbətindən asılı olaraq sərbəst müəyyən edilir.

Dünya qiymətlərinin səviyyəsi həm pərakəndə qiymətlərdə, həm də xidmətlərin tariflərində, məsələn, xaricilər üçün mehmanxanalarda, istehlak mallarını xüsusi valyuta mağazalarında xarici valyutaya satdıqda nəzərə alınır.

Fəaliyyət dairəsindən (ərazisindən) asılı olaraq qiymətlərin təsnifləşdirilməsi. Bu əlamətə əsasən aşağıdakılar fərqləndirilir:

a) vahid və ya zona qiymətləri;

b) regional və yerli qiymətlər.

Vahid və ya zona qiymətləri dövlət orqanları tərəfindən müəyyən olunur və tənzimlənir. Burada söhbət qaz, elektrik enerjisi, nəqliyyat, mənzil haqqı və s. kimi məhsul və xidmət növlərindən gedir.

Regional və yerli qiymətlər regionun hakimiyyət və idarəetmə orqanları tərəfindən tənzimlənir. Bu qiymətlərin formalaşması prosesində həmin regionda təşəkkül tapmış istehsal və satış xərclərinə istinad edilir. Əhaliyə göstərilən kommunal və məişət xidmətlərinin böyük əksəriyyətinin qiymət və tarifləri regional xarakterlidir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının satınalma qiymətləri də regional xarakter daşıyır.

Yüklərin daşınması üzrə nəqliyyat xərclərinin istehlakçı tərəfindən ödənilməsi qaydasından asılı olaraq qiymətlərin təsnifləşdirilməsi. Qiymət istehsal xərclərindən başqa tədavül xərclərini, o cümlədən əmtəələrin istehlakçıya çatdırılması xərclərini də özünə daxil edir. Deməli, *coğrafi amil* qiymətin formalaşmasında böyük rol oynayır. Bu iqtisadi əlamətə görə bir neçə qiymət növünü fərqləndirirlər:

1. ***Məhsulun istehsal olunduğu yerdə qiymət.*** Əmtəə bu qiymətlə istehsal olunduğu yerdə istehlakçıya verilir. Bu halda alıcı qiymətdən əlavə məhsulun lazımi yerə daşınmasının bütün faktiki xərclərini də ödəyir.

2. ***Çatdırılma xərcləri daxil olmaqla vahid qiymət.*** Qiymətin müəyyən olunmasının bu metodu firma tərəfindən onların yerləşdiyi məkandan asılı ol-

mayaraq bütün alıcılar üçün eyni məbləğdə nəqliyyat xərclərinin daxil edildiyi vahid qiymətin formalaşmasını nəzərdə tutur.

3. ***Zona qiymətləri.*** Qiymətin təyin edilməsinin bu metoduna əsasən bir neçə coğrafi zona seçilir və bir zonanın hüdudlarında yerləşən müştərilər üçün vahid qiymət müəyyənləşdirilir.

4. ***Baza məntəqəsi əsasında müəyyən olunan qiymətlər.*** Bu metoda müvafiq olaraq müəssisə (*firma*) bir neçə coğrafi məntəqədə eyni məhsula baza qiymətləri müəyyən edir. Satışın faktiki qiyməti sifarişçiyə yaxın olan baza məntəqəsi üçün müəyyən edilmiş qiymətin üstünə əmtəənin təyin olunan yerə çatdırılmasının nəqliyyat xərclərini əlavə etməklə hesablanır.

Cəmiyyətin bazara keçidi zamanı qiymət müəyyən edilərkən onun dövlətin təsirindən azadlığı dərəcəsi kimi təsnifləşdirici əlamət meydana çıxır. Bu əlamətdən asılı olaraq aşağıdakı qiymət növləri fərqləndirilir:

1. Sərbəst qiymətlər. Bu qiymətlər dövlət orqanlarının birbaşa hər hansı bir təsirindən asılı olmayaraq tələb və təklifin təsiri altında azad surətdə bazarda yaranır. Dövlət bu qiymətlərə (*onların səviyyəsinə*) yalnız dolayı, yəni mümkün üsullarla bazar konyunkturasına təsir yolu ilə, məsələn, haqsız (*vicdansız*) rəqabəti və bazarın inhisarlaşmasını məhdudlaşdıran tədbirlərin köməyi ilə bazarda "*oyun qaydasını*" müəyyən etməklə təsir göstərə bilər.

Sərbəst qiymətlər tərəflərin razılığı ilə müəyyən olunur. Onlar təyin edilərkən əmtəənin yenilik dərəcəsi, onun faydalılığı, keyfiyyəti, bazar konyunkturası nəzərə alınır.

2. Tənzimlənən qiymətlər tələb və təklifin təsiri altında yaranır, lakin özünün formalaşmasında dövlət orqanlarının müəyyən təsirini hiss edir ki, bu da aşağıdakı metodlarla həyata keçirilir: 1) ya qiymət artımının birbaşa məhdudlaşdırılması və ya azaldılması; 2) və ya rentabelliyin nizamlanması yolu ilə; 3) yaxud preyskurantın (*malların qiymət siyahısı*) təsbit olunmuş qiymətlərinə əlavələrin və əmsalların həddinin müəyyən edilməsi yolu ilə; 4) ya da qiymət elementlərinin hədd kəmiyyətinin müəyyən olunması vasitəsilə;5)yaxud da hər hansı oxşar metodla.

3. Təsbit olunmuş qiymətlər birbaşa hər hansı bir hakimiyyət və idarəetmə orqanının simasında dövlət tərəfindən müəyyən olunur. Təsbit edilmiş qiymətlərin preyskurant qiymətləri, sərbəst bazar qiymətlərinin dondurulma-

sı, inhisar qiymətlərinin təsbit edilməsi kimi formaları mövcuddur. Belə qiymətlər, adətən, qeyri-adi şəraitdə (*müharibə, təbii fəlakət, iqtisadiyyatda böhran, əmtəələrin kəskin defisiti və i.a. hallarda*) müəyyən olunur.

Bazar iqtisadiyyatına daha çox uyğun gələn sərbəst bazar qiymətləridir. Lakin bütövlükdə ancaq onlara keçmək mümkün deyildir. Bu dünyanın heç bir yerində də yoxdur. Tamamilə sərbəst qiymətin tətbiqi yalnız ideal şəkildə iqtisadiyyatın, bütövlükdə cəmiyyətin mənafelərinə daha çox tam cavab verən iqtisadi proseslərin baş verdiyi əmtəə bazarlarında mümkündür.

Əmtəənin yenilik dərəcəsindən asılı olaraq qiymətlərin təsnifləşdirilməsi. Bu əlamətə görə yeni əmtəələrin və nisbətən uzun müddət bazarda satılan əmtəələrin qiymətləri fərqləndirilir.

Bazara yeni əmtəə çıxaran müəssisə və ya firma, adətən, iki alternativ strategiyadan birini, yəni ya "*qaymağın yığılması*", yaxud da "*bazara girmə*" strategiyasını seçir.

1. "Qaymağın yığılması"qiyməti. Bu metoda əsasən bazara çıxarılan yeni əmtəəyə əvvəlcədən, alıcının həmin əmtəəni belə qiymətə almağa hazır olması ümidilə maksimum yüksək qiymət müəyyən edilir. Qiymət yalnız maksimum qiymətli tələb ödənildikdən sonra aşağı salınır. Qiymətin aşağı düşməsi yeni alıcılar cəlb etməklə satış zonasını genişləndirməyə imkan verir.

"*Qaymağın yığılması*" metodunun aşağıdakı üstünlükləri vardır:

1) hətta əmtəənin buraxılışının ilk dövründə xərclər çox olduqda belə, yüksək qiymət kifayət qədər böyük miqdarda mənfəəti təmin edir;

2) yüksək qiymət alıcı tələbini azaltmağa imkan verir, çünki özlərinin istehsal imkanlarının məhdudluğu ilə əlaqədar olaraq istehsalçılar əmtəəyə olan tələbatı daha aşağı qiymətə tam ödəyə bilmirlər;

3) yüksək ilkin qiymət keyfiyyətli əmtəə imicinin yaranmasına kömək edir ki, bu da sonralar qiymət aşağı düşdükdə belə onun satışını xeyli asanlaşdıra bilər;

4) yüksəldilmiş qiymət nüfuzlu əmtəəyə tələbin artmasına kömək edir;

5) artırılmış qiymətdəki səhv onun aşağı salınması yolu ilə düzəldilə bilər. Həm də alıcılar qiymətin artmasına deyil, onun azalmasına daha çox məmnunluqla yanaşırlar.

***2. "Bazara girmə"qiymət*i**. Bu metodun köməyi ilə müəssisə (*firma*) rəqiblərinin oxşar əmtəələrinin qiymətləri ilə müqayisədə xeyli aşağı qiymət müəyyən edir. Belə qiymətdən istifadə alıcıların maksimum sayını cəlb etməyə və mümkün qədər daha çox bazar payına nail olmağa yönəldilmişdir.

3. "Psixoloji"qiymət. Satıcı qiyməti müəyyən edərkən alıcının qiyməti qəbul etmə psixologiyasını nəzərə almalıdır. Əmtəənin "*psixoloji*" qiyməti adətən yuvarlaq rəqəmdən cüzi şəkildə aşağı olur. Marketoloqların çoxu əmindirlər ki, qiymət hökmən tək ədədlə, məsələn, 100 deyil 99 man.; 600 deyil 599 man. və i.a. ilə ifadə olunmalıdır. Nəticədə alıcıda: a) istehsal xərclərinin çox dəqiq hesablanması və aldatmanın mümkünsüzlüyü; b) daha aşağı qiymət alıcıya güzəşt və onun üçün faydalı təəssüratı yaradır. Digər psixoloji məqam da nəzərə alınır: alıcılar pulun qalığını almağı sevirlər.

4. Sahədə və ya bazarda ***"liderin ardınca getmə" qiyməti***. Bu straregiyaya əsasən əmtəənin qiyməti təxminən əsas rəqibin, adətən, bazarda sahənin hökmran mövqe tutan firmasının qiyməti səviyyəsində müəyyən olunur. Bu zaman qiymət, liderin, yəni əsas rəqibin təklif etdiyi qiymətdən yüksək olmamalıdır.

5. İstehsal xərclərinin ödənildiyi qiymət. Bu halda firma öz əmtəəsinin qiymətini bazarda və ya sahədə faktiki istehsal xərcləri və orta mənfəət norması əsasında müəyyən edir. Qiymət aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Q = \dot{I}_x + X + N(\dot{I}_x + X),$$

burada $\dot{I}_x$ – istehsal xərcləri;

X – inzibati xərclər və satış xərcləri;

N – müəyyən bazarda və ya sahədə orta mənfəət normasıdır.

6. Nüfuzlu qiymət nadir xüsusiyyətlərə malik olan (*fərz edək ki, model*) məşhur firmanın (*məsələn, modelçi Fəxriyyə Xələfovanın qadın geyimləri*) yüksək keyfiyyətli əmtəələrinə müəyyən olunur. Belə hallarda qiymət çox yüksək səviyyədə təyin edilir.

Qiymətin müəyyən olunmasının qeyd etdiyimiz metodlarından hər hansı birinin seçilməsi firmanın rəhbərliyi tərəfindən həyata keçirilir. Bu zaman bir çox amillər nəzərə alınmalıdır ki, onlardan da əsasları aşağıdakılardır:

a) yeni əmtəənin bazara çıxarılmasının sürəti;

b) həmin firmanın nəzarət etdiyi satış bazarının payı;

c) satılan əmtəənin xarakteri (*yenilik dərəcəsi, digər əmtəələrlə qarşılıqlı əvəzlənməsi və s.*);

d) investisiyaların ödənilmə müddəti;

e) bazarın konkret şəraiti (*inhisarlaşmanın səviyyəsi, tələbin qiymət elastikliyi, istehlakçıların dairəsi və s.*);

f) müvafiq sahədə firmanın mövqeyi (*maliyyə vəziyyəti, digər istehsalçılar ilə əlaqələri və s.*)

Bazarda nisbətən uzun müddət satılan əmtəələrə aşağıdakı qiymət növləri müəyyən edilir:

1. ***Sürüşən və ya düşən qiymət*** demək olar ki, tələb və təklifin nisbətindən düz asılılıqda müəyyən olunur. Bazar doldurulduqca o aşağı düşür (*xüsusən də topdansatış qiyməti, pərakəndə satış qiyməti nisbətən sabit ola bilər*). Qiymətin müəyyən olunmasının bu metodu daha çox ilkin zəruri əmtəələrə tətbiq edilir. Bu halda əmtəələrin qiyməti ilə onların istehsalının həcmi sıx qarşılıqlı əlaqədə olurlar. Məhsulun buraxılışının həcmi nə qədər çox olarsa, firmanın xərclərin və nəticə etibarilə qiymətin aşağı salınması üçün bir o qədər geniş imkanlar yaranır.

2. ***Uzunmüddətli qiymət***. Kütləvi tələbat mallarına müəyyən edilir. O, xeyli müddət ərzində dəyişikliklərə məruz qalmır. Lakin bazar konyunkturasından asılı olaraq qiyməti sabit saxlamaqla əmtəəyə dəyişikliklər edilə, yəni onların ölçüləri kiçilə, keyfiyyəti cüzi pisləşə bilər.

3. ***Bazarın istehlakçı seqmentinin qiyməti***. Qiymətin müəyyən olunmasının bu metodunun mahiyyəti aşağıdakından ibarətdir, yəni əhalinin gəlir səviyyələri müxtəlif olan ayrı-ayrı sosial qruplarına satılan əmtəə və xidmətlərin demək olar ki, eyni növünə müxtəlif qiymətlər (*məsələn, minik avtomobillərinin müxtəlif modifikasiyalarına, təyyarə biletinə, teatr biletinə və i.a.*) müəyyən edilir.

4. ***Çevik qiymət*** bazarda tələb və təklifin nisbətindən asılı olaraq dəyişilir. Bu cür qiymətdən tələb və təklif nisbətən qısa müddətdə, məsələn, tez xarab olan ayrı-ayrı məhsullar (*tərəvəz, təzə balıq, süd məhsulları, gül və i.a.*) satılarkən gün ərzində əsaslı şəkildə artıb-azalarkən istifadə etmək mümkündür.

5. ***Üstün tutulan qiymət.*** Bu qiymətin təyin olunması metodu bazarda hökmran mövqe tutan (*bazar payı 70-80% olan*) firma üçün öz əmtəələrinin qiymətini müəyyən qədər aşağı salmasını nəzərdə tutur. Belə firmalar buraxılışın həcminin artırılması və əmtəələrin satış xərclərinin azaldılması hesabına istehsal xərclərinin xeyli aşağı salınmasını təmin edə bilərlər.

6. ***Buraxılışı dayandırılan məmulatların qiyməti***. Söhbət aşağı salınmış qiymətə satılmadan deyil, istehsaldan çıxarılmış əmtəələrin, məhz onlara ehtiyacı olan məhdud istehlakçı dairəsinə satılmasından gedir. Belə əmtəələrin (*məsələn, buraxılışı dayandırılmış ən müxtəlif markalı və modelli minik və yük avtomobillərinin ehtiyat hissələri*) qiyməti, adilərinkindən yüksək olur.

7. ***Müəssisələrin çoxundakından aşağı müəyyən edilmiş qiymət***. Belə qiymət adi qiymətə satılan digər əmtəəni tamamlayan əmtəələrə qoyulur. Bu qiymədən reklam kimi istifadə olunur. Məsələn, uşaq dəmir yolunun kiçik vaqonlu balaca paravozu aşağı salınmış qiymətə satılır. Alıcı əlavə mexanizmlərlə təchiz olunmuş əmtəənin üstünlüyünü və alqısının faydasını nəzərə alır və onu əldə edir.

8. ***Müqavilə qiyməti***. Qiymətin müəyyən olunmasının bu metodunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, burada alıcıya adi qiymətlərlə müqayisədə hər hansı bir imtiyaz verilir və güzəşt təklif edilir. Məsələn, bir əmtəənin ikisini alana üçüncüsü pulsuz verilir. Alıcı elə zənn edir ki, həmin əmtəəni lazım olduğundan çox almaqla xeyli qazanır. Əslində isə satıcı fayda əldə edir, çünki onun əmtəə dövriyyəsi artır və mənfəəti yüksəlir.

2. QİYMƏTLƏR SİSTEMİ VƏ ONUN ƏSAS ƏLAMƏTLƏRİ

İqtisadiyyatda fəaliyyət göstərən bütün qiymətlər qarşılıqlı əlaqədə olmaqla vahid sistem təşkil edirlər ki, o da bir çox bazar amillərinin təsiri altında daima hərəkətdədir. Bu sistem bir-birindən asılı və qarşılıqlı təsir göstərən ayrı-ayrı bloklardan (*qruplardan*) ibarətdir. Vahid qiymət sisteminin ən mühüm və əsas blokları aşağıdakılardır:

1) topdansatış qiymətləri;
2) satınalma qiymətləri;
3) pərakəndə satış qiymətləri;
4) nəqliyyat xidmətlərinin tarifləri.

Qiymətin əsas blokları öz növbəsində bir neçə yarımblokları özündə birləşdirir. Məsələn, topdansatış qiymətləri bloku iki yarımbloka, yəni müəssisənin topdansatış (*buraxılış*) qiymətləri və sənayenin topdansatış qiymətlərinə bölünür. Nəqliyyat tarifləri bloku isə bir neçə yarımbloka, yəni dəmir yolu nəqliyyat tariflərinə, dəniz nəqliyyatı tariflərinə, çay nəqliyyatı tariflərinə, avtomobil nəqliyyatı tariflərinə və i.a. bölünür.

Vahid sistem əmələ gətirən bütün qiymətlərin qarşılıqlı əlaqəsinin əsasında xəbər verən damarlar prinsipi dayanır. Yəni bu sistemin əsas bloklarının birində qiymətin dəyişilməsi zəncirvari şəkildə tez bir zamanda qiymətin bütün digər bloklarına da keçirilir.

Bütün qiymətlər sistemində sənayenin baza sahələrinin məhsullarının qiymətləri aparıcı və müəyyənedici rol oynayır. Bura yanacaq–energetika sahələri (kömür, neft, qaz, elektroenergetika), həmçinin metallurgiya və nəqliyyat sahələri daxildirlər. Enerji daşıyıcılarının qiymətinin dəyişilməsi tez bir vaxtda istisnasız olaraq iqtisadiyyatın bütün sahələrində qiymətin səviyyəsində özünü göstərir. Yüngül və yeyinti sənayesi sahələrindəki qiymətlərə kənd təsərrüfatı məhsullarının satınalma qiymətlərinin dinamikası böyük təsir göstərir.

Qiymət sisteminə daxil olan qiymətlərin müxtəlif blokları yalnız düz deyil, həm də əks əlaqələrə malikdirlər. Məsələn, yanacaq kompleksində qiymətlərin artması müəyyən vaxtdan sonra onların istehlak etdikləri maddi-texniki resursların (*maşınlar, avadanlıqlar, elektrik enerjisi və s.*) bahalaşması formasında həmin sahələrə qayıdır.

İnzibati iqtisadiyyat şəraitində göstərilən sahələrdə qiymətlərin artması tez-tez enerji daşıyıcılarından istifadə edən sahələrə (*kənd təsərrüfatı, istehlak malları istehsal edən sahələr və i.a.*) maliyyə sisteminin köməyi ilə dotasiyalar verilməsinə səbəb olurdu.

Bazara keçid şəraitində belə geniş miqyaslı dotasiyalar, əvvəlki kimi mümkün deyildir. Çünki bu qiymətlərin strukturu və dinamikasının, iqtisadiyyatın bir çox sahələrindəki maddi-əşya və dəyər proporsiyalarının süni şəkildə təhrif olunmasına səbəb olar ki, bu da bazar münasibətlərinin mahiyyətinə ziddir. Kütləvi dotasiyaların ləğv edilməsi vahid sistemə daxil olan bütün

qiymət növlərinin bir-birindən asılılığını xeyli gücləndirdi, onu daha çevik və dinamik, bazarın tələblərinə daha adekvat etdi.

Vahid sistemə daxil olan qiymətlərin bu qədər sıx qarşılıqlı əlaqəsi (*bir-birindən asılılığı*) nə ilə bağlıdır? O, əsasən iki mühüm cəhətlə əlaqədardır:

1. Bütün qiymətlər vahid metodoloji əsasda formalaşır. Bu əsas dəyər, tələb və təklif qanunlarıdır.

2. Təsərrüfat fəaliyyətinə qiymətlərin xidmət etdiyi istehsalın və sahənin bütün müəssisələri (*firmaları*) qarşılıqlı əlaqədədirlər və nəticədə vahid təsərrüfat komleksini əmələ gətirirlər. Müəssisələrin, sahələrin qarşılıqlı əlaqələri müxtəlif cür, yəni istehsal, iqtisadi, texnoloji və s. ola bilər.

Bununla belə vahid sistemdə qiymətlərin qarşılıqlı əlaqəsi (*qarşılıqlı asılılığı*) ayrı-ayrı qiymətlər blokunun və bu blokların daxilində konkret əmtəələrin qiymətlərinin müstəqil surətdə hərəkətini istisna etmir, əksinə belə hərəkəti nəzərdə tutur.

Qiymətlər sistemi ilə qiymətlərin fəaliyyət göstərdiyi iqtisadi mühitin kifayət qədər sıx əlaqəsini qeyd etmək lazımdır. Bu mühitə bazar iqtisadiyyatının əsasını təşkil edən əmtəə istehsalı, müxtəlif mülkiyyət formaları, rəqabət daxildir.

Qiymətlər sistemi qiymətlərin səviyyəsi, qiymətlərin strukturu, qiymətlərin dinamikası kimi göstəricilərlə səciyyələnir.

Tərtib edən: ***i.e.d.,dos. C.S.Zeynalov***