

Mövzu 7. Qiymət: bazar tarazlığının təmin edilməsində onun rolu

- 1. A.Marşalın qiymət nəzəriyyəsi**
- 2. Tarazlıq qiyməti. Tələb və təklif qiyməti**
- 3. Qısamüddətli və uzunmüddətli dövrlərdə tarazlıq
qiymətlərinin müəyyən olunması**
- 4. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin dövlət
tənzimlənməsi**
- 5. Vergilərin qiymətlərin səviyyəsinə təsiri**

A.Marşalın qiymət nəzəriyyəsi

Qiymət və onun formalaşma mexanizmi iqtisadi nəzəriyyə kursunda ən mürəkkəb və fundamental problemlərdəndirlər. Bazar iqtisadiyyatında qiymətlər sistemi əsas təşkilədiçi qüvvə kimi çıxış edir. **Əmtələrin qiyməti sahibkarlar və istehlakçılar üçün elə bir oriyentirdir ki, onlar şəxsi maraqlarını təmin edən seçimləri ona istinadən edirlər.** Əmtənin qiymətində cəmiyyətin, dövlətin, satıcılar və alıcıların, ayrıca bir işçinin, sahibkarın maddi maraqları, istehsal və təkrar istehsal, regional və federal, milli və beynəlmiləl maraqlar cəmləşir.

Məlumdur ki, klassik siyasi iqtisad qiyməti dəyərin pulla ifadəsi adlandırırdı. Neoklassik istiqamət diqqəti faydalılığa yönəldərək, əslində, dəyərin mövcudluğunu inkar edir və qiymətin başqa anlamını təklif edir.

Müasir dünya iqtisadi nəzəriyyəsində **ən çox A.Marşallın qiymət konsepsiyası yayılmışdır.** A.Marşallın “Ekonomiksin prinsipləri”ndə verilmiş nəzəriyyəsini D.Robinson iqtisadi bibliya adlandırmış, M.Fridmanın fikrincə isə sözü gedən kitabda qiymət nəzəriyyəsi artıq demək olar ki, hazırkı vəziyyətində tam formalaşmışdır.

Özünün qiymət konsepsiyasında A.Marşall A.Smitin, D.Rikardonun, J.B.Seyin, E.Bem- Baverkin, D.Loderdeyvin nəzəriyyələrinə əsaslanır və üç məşhur konsepsiyayı — son hədd faydalılığı, istehsal xərcləri, tələb və təklifi bir qiymət nəzəriyyəsində birləşdirmişdir.

Bu nəzəriyyəyə görə qiymət - əmtəyə görə alınan müəyyən məbləğdə pul vahididir.

Bazarda tələb qiyməti ilə təklif qiymətinin qarşılıqlı təsirinin nəticəsi kimi formalaşan tarazlıq qiyməti xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Hər miqdarda əmtənin tələb qiyməti müəyyən miqdarda əmtənin müəyyən müddət ərzində alıcını cəlb edə biləcək qiymətidir. Hər bir əmtəə üzrə təklif artdıqca onun tələb qiyməti aşağı düşür. Təklif qiyməti əmtənin konkret bazara satış üçün çıxarıldığı qiymətdir. Əmtənin illik miqdarı azaldıqca və ya artdıqca təklif qiyməti ya arta, ya da azala bilər, o hətta gah qalxıb, gah da düşə bilər. Həmin miqdarda əmtənin təklif qiyməti onun istehsal amillərinin qiymətindən asılıdır. Bu qiymətlərin cəmi göstərilən miqdarda əmtənin təklif qiymətini təşkil edəcək.

A.Marşallın ilkin mövqeyi belədir: bazarda normal tələb və normal təklif təmsil

olunmuşlar. Tələb və təklifin qüvvələri sərbəst fəaliyyət göstərirlər, ticarətçilərin möhkəm birliyi mövcud deyil, azad rəqabət geniş tətbiq olunur. Bazarda eyni zamanda yalnız bir normal qiymət var. Bazarın ümumi konyunkturası bütün götürülmüş zaman müddətində dəyişilməz qalır.

Normal qiymət normal tələb və normal təklifin sabit tarazlıq vəziyyəti ilə müəyyənləşir.

Normal təklif qiyməti həm uzun müddət üçün, həm də qısa müddət üçün ümumi istehsal məsrəflərinin əmtəə miqdarına bölünməsi yolu ilə müəyyənləşir ki, bu da orta məsrəfdir.

Tarazlıq qiyməti. Tələb və təklif qiyməti

Bu qrafik ayrılıqda götürülmüş əmtəəyə tələb və təklifin davranışını eyni zamanda ifadə edir və iki xəttin hansı nöqtədə kəsişdiyini göstərir (E). Bu nöqtədə tarazlıq yaranır. E nöqtəsinin koordinatları P_E tarazlıq qiyməti və Q_E tarazlıq həcmidir. E nöqtəsi $Q_E = Q_S = Q_D$ bərabərliklərini xarakterizə edir; burada Q_S - təklifin həcmi, Q_D - tələbin həcmidir.

Tarazlıq nöqtəsi göstərir ki, tələb və təklif bir-birinə əks qüvvələr olmaqla burada tarazlığa gəlirlər. Tarazlıq qiyməti göstərir ki, əmtəə alıcılara lazım olan qədər istehsal olunub. Belə tarazlıq bazar iqtisadiyyatının maksimum səmərəliliyinin ifadəsidir, çünki tarazlıq vəziyyətində bazarda tarazlıqdır. Nə satan, nə də alan bu tarazlığı pozmaqda maraqlı deyil. Əksinə, müvazinətdən fərqli istənilən başqa qiymətdə bazar müvazinətli deyil və alanlar da, satanlar da bazarda vəziyyəti dəyişməyə can atırlar.

Beləliklə, tarazlıq qiyməti konkret qüvvələrin təsiri nəticəsində tələb və təklifi tarazlığa gətirən qiymətdir.

Real qiymət tarazlıq qiymətindən (P_j) yüksək olarsa, belə qiymətdə Q_j - tələb həcmi, Q_2 - təklif həcmindən az olacaq. Bu halda istehsalçılar qiyməti aşağı salmağı məhsulu əvvəlki, tələbdən xeyli artıq olan həcmdə istehsal etməkdən üstün biləcəklər. Təklifin artıqlığı ($Q_2 - Q_1$) qiymətə azaldıcı təsir edəcək.

Əgər bazardakı real qiymət - (P_2) tarazlıq qiymətindən aşağı olarsa, Q_4 - tələb həcmi, Q_3 - təklif həcmindən böyük olacaq və əmtəə çatışmazlığı olacaq. Ayrı-ayrı alıcılar daha yüksək qiyməti ödəməyə üstünlük verəcəklər. Nəticədə tələb artıqlığı ($Q_4 - Q_3$) qiymətə

təzyiq göstərməyə başlayacaq.

Bu proses tələblə təklifin həcmnin bərabər olduğu P_E tarazlıq səviyyəsində qərarlaşana qədər davam edəcək.

Ümumi iqtisadi tarazlığın ilk tərifini Leon Valras (1874) vermişdi, Marksın orta qiymət (istehsal qiyməti) kateqoriyasından fərqli olaraq o, ictimai istehsal sistemindən uzaqlaşmağa cəhd edərək ilkin kateqoriya kimi faydalılığa əsaslanırdı.

Əgər tarazlıqdan uzaqlaşma ilkin vəziyyətə qayıtmaqla müşayiət olunursa, tarazlıq sabit adlanır. Əks təqdirdə tarazlıq qeyri-sabit olur.

İqtisadi nəzəriyyədə tələb və təklifin dörd qaydası olduğu göstərilir.

- Tələbin artması həm tarazlıq qiymətinin, həm də tarazlıq əmtəə miqdarının artmasına səbəb olur.

- Tələbin aşağı düşməsi tarazlıq qiymətinin və tarazlıq əmtəə kəmiyyətinin aşağı düşməsinə səbəb olur.

- Təklifin artması tarazlıq qiymətinin azalmasına və tarazlıq əmtəə kəmiyyətinin artmasına səbəb olur.

- Təklifin azalması tarazlıq qiymətinin artmasına və tarazlıq əmtəə kəmiyyətinin azalmasına səbəb olur.

Bu qaydaları tətbiq etməklə tələb və təklifin istənilən dəyişmə hallarında tarazlıq nöqtəsini tapmaq mümkündür.

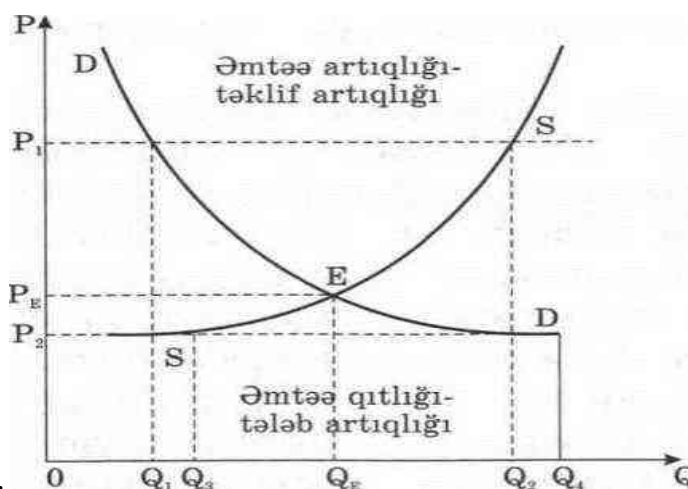
İstənilən əmtəənin rəqabət bazarında tələb və təklifin tarazlığı məhz bu sxem vasitəsilə əldə olunur. **Tarazlıq hər bir rəqabət bazarının qanunudur.** Hər bir bazardakı tarazlıq bütövlükdə iqtisadi sistemdə tarazlığın saxlanılmasının səbəbidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, tarazlıq qiyməti bazarın rəqabət şəraitində müəyyənləşir. Lakin bütün rəqabət şərtlərini gözləmək mümkün deyil. Bazarın qiymət tarazlığı mexanizmi təkmilliyə yaxınlaşmaq mexanizmdir ki, buna da tam nail olmaq mümkün deyildir.

Bununla belə, tələb və təklifin tarazlıq qanununa uyğun olaraq həyatda istənilən əmtəənin qiyməti formalaşır. Bazar mexanizminə rəqabət tarazlıq vəziyyətini dəyişən inhisarçı müdaxilə elementləri təzahür etməzsə, bütün əmtəə bazarları rəqabət tarazlığına yaxındır. Rəqabət bütün əmtəə sahibkarlarını iqtisadi üsullarla tarazlıq qiymətinə əmtəə

istehsal etməyə, satmağa, almağa və bazarda tarazlığa nail olmağa vadar edən böyük qüvvədir.

Bazarda tarazlığın formalaşması şərtləri iqtisadi ədəbiyyatda həm mikroiqtişadiyyat səviyyəsində, ayrıca bir bazarda ayrıca bir təsərrüfat vahidinə şamil edilməklə, qismən tarazlığı səciyyələndirməklə (A.Marşall, D.Xaksli), həm də makrosəviyyədə bütün iqtisadi sistemə şamil edilməklə (L.Valras, V.Pareto, C.fon Hayman, V.Leontyevin



ümumi tarazlıq modeli) tədqiq olunur.

Qısamüddətli və uzunmüddətli dövrlərdə tarazlıq qiymətlərinin müəyyən olunması

Bazar qiymətinin formalaşmasını A.Marşall təklif parametrlərinin müxtəlif dinamikaya malik olduğu üç zaman dövründə nəzərdən keçirir. Buna müvafiq olaraq **ani**, **qısamüddətli** və **uzunmüddətli** tarazlıq vəziyyəti fərqləndirilir. Üç müxtəlif tarazlıq növlərində əmtə istehsalçıları ya heç nə etməyə, ya istehsalın dəyişkən amillərini dəyişmiş şərtlərə uyğunlaşdırma, ya da bütün istehsal amillərini dəyişilmiş qiymətə uyğunlaşdırma bilirlər. Qısamüddətli dövr üçün istehsal vasitələri parkı praktik olaraq sabitdir, lakin ondan istifadə tələbə uyğun olaraq dəyişə bilər. Əmtə təklifi avadanlığı artırmadan artır. Uzunmüddətli dövr yalnız həmin əmtənin istehsal amillərini deyil, həm də göstərilən amillərin istehsal amillərini tələbə uyğunlaşdırmağa kifayət qədər vaxt verməlidir. Bu şəraitdə istehsalçılar avadanlıq alır, dəyişir, istehsalçıların özlərinin miqdarı isə sahəyə sərbəst daxil olmaq və çıxmaq hesabına dəyişilə bilər.

Ani tarazlıq şəraitində əmtə təklifi təsbit edilmişdir (şəkil 7.1). Əmtənin təsbit edilmiş təklifi zamanı qiymət tamamilə tələbdən asılıdır. Tələbin artması qiymətin artmasına səbəb olur və əksinə, onun azalması qiymətin aşağı düşməsinə səbəb olur.

Qısamüddətli tarazlıq şəraitində tələb dəyişə, tələb əyrisi D_2 -yə qədər yüksələ bilər (şəkil 7.2). İstehsalın həcmi avadanlıqdan daha intensiv istifadə hesabına arta bilər. Qısamüddətli dövrdə başqa firmalar bu sahəyə girə bilməzlər. Tələb aşağı da düşə bilər ki, bu da əmtəə istehsalı və təklifi həcmnin azalmasına gətirib çıxardar. Qısamüddətli dövrdə firma zərər də çəkə bilər, lakin o işləməyinə davam edir.

Uzun və qısamüddətli dövrlərdəki təkliflər arasında fərq ondan ibarətdir ki, uzunmüddətli dövrdə firma istehsalını genişləndirə, yeni firmalar isə bu sahəyə daxil ola bilərlər. Əgər qiymətlər yüksək qazanc təmin etməyə qabildirsə, qiymət artımı şəraitində belə proseslər baş verir. Hədsiz yüksək qazanc açıq sənayedə tarazlıqla bir araya sığmır. Ümumi təklif artan kimi qiymətlər düşəcək. Yeni firmalar bu sahəyə qiymətlər öz normal vəziyyətlərinə qayıdınca və firma normal qazanc əldə edincəyə qədər daxil olmaqda davam edəcəklər. Əmtəə təklifinə zaman müddətində qiymət və gəlirin dəyişməsi ciddi təsir edir. Məsələn, əgər bu il çiyələyin qiyməti baha olsa, onda gələn il çiyələk təklifinin kəskin artmasını gözləmək olar. Çiyələk təklifinin kəskin artması nəticəsində bazar qiyməti aşağı düşə və istehsalçılar gəlirlərinin bir qismini itirə bilərlər. İstehsalçıların bir qismi sahəni tərk edir, nəticədə növbəti ildə çiyələk təklifi azalır və bazar qiymətinin səviyyəsi qalxır. Bu gələn il üçün istehsalı həvəsləndirir və sairə. Buradan bazar qiyməti dəyişməsinin üç variantı irəli gəlir. Birinci halda uğurlu dövrlərdə bazar qiyməti tarazlıq qiymətindən get-gedə daha çox uzaqlaşır.

Tələb və təklif əsasında bazar qiymətlərinin formalaşmasına yanaşma iqtisadçılar tərəfindən A.Marşalldan və başqa müasir iqtisadçılardan xeyli əvvəl nəzərdən keçirilmişdi. Bu yanaşmada daxili ziddiyyət var, onu K.Marks göstərmişdi.

Qiymətin tələb və təkliflə müəyyənləşdirilməsi, tələb və təklifin qiymətlə müəyyənləşdirilməsi bir də onunla çətinləşir ki, tələb təklifi və əksinə, təklif tələbi müəyyənləşdirir, bazar istehsalı, istehsal isə bazan müəyyənləşdirir. Bu tezis və dəlillərin, səbəb və nəticələrin yerdəyişmə prosesi iqtisadçıları çətin vəziyyətə salır. Digər tərəfdən, iki bərabər gücə malik qüvvə əks istiqamətlərdə təsir göstərirlərsə, onlar biri- birini məhv edirlər (belə ki, tələb və təklif ödənilirsə, onlar hərəkətdən qalırlar) və bu şəraitdə baş verən hadisə bu iki qüvvənin təsiri ilə deyil, başqa bir şeylə izah olunmalıdır. Bir halda ki, tələb və təklif bir-birini məhv edir, onlar daha heç nəyi izah edə bilmir və biz nə üçün

əmtənin qiymətinin başqa miqdarda deyil, məhz bu AK və ya BM miqdarında pulla ifadə olunduğunu bilə bilmirik (şəkil). Əslində bazar iqtisadiyyatında tələb və təklif heç vaxt tam ödənilmir və əgər ödənilirsə də, yalnız təsadüfən.

Əmtəə istehsalının müəyyən mərhələsində əmtəələrin hamısı ümumi bir dəyər formasına, məhz dəyərin pul formasına malik olurlar. Qiymət əmtəə dəyərinin pulla ifadəsidir. Qiymətin kəmiyyətə görə dəyərin kəmiyyəti ilə üst-üstə düşməməsinin və ya qiymətin dəyərdən fərqli olmasının mümkünlüyü qiymətin formasının özündədir. Qiymətin forması nəinki dəyərlə qiymətin kəmiyyətcə fərqli olmaları ehtimalına yer qoyur, hətta özündə keyfiyyət ziddiyyətlərini də gizləyə bilir ki, nəticədə qiymət ümumiyyətlə dəyərin ifadəsi olmaqdan qalır (məsələn, namus, qeyrət, sifarişli qətlər müəyyən qiymətlə ifadə oluna bilirlər), halbuki pul əmtəənin dəyəridir.

K.Marksa görə, əmtəənin qiyməti onun dəyərinin kəmiyyəti, nisbi dəyəri, dövriyyədə olan pul materialının miqdarından, W bazar dəyərinin kəmiyyətindən asılıdır.

Bazar dəyərinin kəmiyyəti əmtəə istehsalı şərtlərilə deyil, onun təkrar istehsalı şərtlərilə, yəni onun təkrar istehsalı üçün lazım olan iş vaxtı ilə müəyyənləşir. Əmtəə istehsalçılarının rəqabəti onları məcbur edir ki, əmtəələri daha aşağı dəyər kəmiyyəti ilə istehsal etsinlər.

Əmtəənin bazar dəyəri kəmiyyəti minimal fərdi dəyərdən bazarda təmsil olunmuş bütün əmtəə kütləsinin maksimal fərdi dəyərinə qədər sərhəddə dəyişə bilər. O özü-özündən yuxarı və ya aşağı ola bilməz.

Tələb bazarda əmtəə təklifindən xeyli yuxarı olarsa, onda bazar dəyərinin əsasında nisbətən pis şəraitdə istehsalın fərdi dəyəri dayana bilər. Qrafikdə (şəkil) bu orta dəyər kəmiyyəti W funksiyasının qiymətindən yuxarı olan bazar dəyəri W_p funksiyasının bütün qiymətləridir. K.Marks bundan çıxış edərək əkinçilikdə bazar dəyərinin formalaşması xüsusiyyətlərini açıqlayır. Əmtəə təklifi tələbdən xeyli Beləliklə, A.Marşall nəzəriyyəsində tarazlıq qiymətinin formalaşmasının bütün variantları, tarazlıq qiymətinin bütün kəmiyyətləri bazar dəyərində təmsil oluna bilirlər.

Uzunmüddətli dövrü götürsək, tələb və təklif həmişə biri- birini ödəyirlər. Bu yolla bazar qiymətləri bazar dəyərinə yaxınlaşırlar. Əgər tələb və təklif bazar qiymətini müəyyən-ləşdirirlərsə, bazar dəyəri tələb və təklifi müəyyənləşdirir. Sahədə əmtəə

dəyərinin kəmiyyətini formalaşdıran istehsalın maddi şəraitləri əmtəə təklifini şərtləndirirlər.

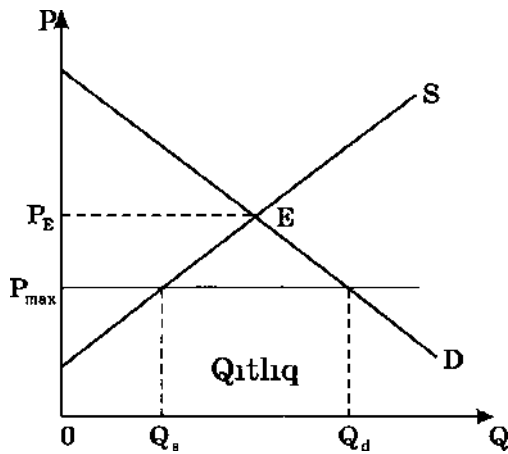
Maddi istehsalın bəzi mərhələlərində sahələrarası rəqabət mexanizmi vasitəsilə ictimai əməyin yenidən bölgüsü imkanı yaranır. Bu sahələrarası rəqabət və təbiilərdən başqa bütün inhisarların aradan qaldırılması, kredit münasibətlərinin inkişafı, fəhlələrin bir istehsal sahəsinə digərinə keçməsinə mane olan bütün qanunların ləğvi, fəhlənin öz əməyinin mahiyyətinə laqeydliyi, bütün istehsal sahələrində əməyin sadə əmək səviyyəsinə endirilməsi, maşınla istehsalın yüksək inkişafı, işçilərin bütün peşə zəhniyyətlərindən azad olması nəticəsində baş verir.

Sahələrarası rəqabət nəticəsində istehsal qiyməti (bunu iqtisadçılar əvvəllər xərclərin qiyməti adlandırırdılar) formalaşır. İstehsal qiymətinə istehsal xərcləri və orta mənfəət (başqa iqtisadçılarda normal mənfəət) daxildir. Bazar qiymətinin əsasında istehsal qiyməti dayana bilər. Qərb iqtisadçılarının uzunmüddətli dövr şəraitində tarazlıq qiymətinin formalaşmasını əks etdirən qrafikləri məhz bu prosesi açıqlayır. Onlarda bildirilir ki, normadan artıq gəlir tarazlıqla bir araya sığmır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi

Bazar mexanizmi özüköklənmə və özütənzimlənmə mexanizmi olmasına baxmayaraq, təkmil deyil. Bir çox hallar olur ki, cəmiyyət dövlətin təmsalında bazarın fəaliyyətinə, o cümlədən qiymətin əmələ gəlməsi prosesinə qarışmalı olur.

Bazarın qiymət mexanizmi əmtəə və xidmətləri ödəmə imkanı olanların xeyrinə, yəni əhalinin alıcılıq qabiliyyətinə müvafiq olaraq bölüşdürür. Bu zaman əhalinin uşaqlar, qocalar, əlillər, işsizlər və bir çox başqaları kimi bir çox təbəqələrinin tələbat və maraqları diqqətdən kənarda qalır. Cəmiyyət gəliri aşağı olan şəxslərin ilkin tələbat nemətləri ilə təmin edilməsini qarşısına məqsəd qoyursa dövlət, necə deyərlər, «tavan qiymətinin», yəni maksimal mümkün olan qiyməti müəyyənləşdirir. Aydındır ki, belə ən yüksək hədd qiyməti bazarın tarazlıq qiymətindən aşağı olmalıdır, əks təqdirdə belə siyasət mənasız olacaq. Şəkil 11.13-də göstərilir ki, müəyyən edilmiş maksimum qiymət xətti bazar tarazlığı nöqtəsindən aşağıdan keçir.



Qiymətlərin azaldılması siyasəti, yuxarıda deyildiyi kimi, gəliri aşağı olan şəxslərin istehlak səviyyəsini yüksəltmək kimi xoş məqsəd güdür. Belə siyasət sovet hakimiyyəti tərəfindən aparılırdı. Təəssüf ki, bu zaman başqa, həmin bölgü modelini idealdan uzaqlaşdıran problemlər yaranır.

Şəkil -dən göründüyü kimi, qiymətlər aşağı düşəndə istehlakçılar daha çox məhsul almağa çalışır, istehsalçılar isə istehsalın və təklifin həcmi aşağı salmağa çalışırlar. Kəsirlə istehsal və ya sovet iqtisadiyyatına çox yaxşı tanış olan əmtəə və xidmətlərin qıtlığı yaranır. Qıtlıq şəraitində başqa, həm rəsmi, həm də qeyri-rəsmi, bölgü mexanizmləri işə düşür.

Birincilərə əhalinin hər nəfərinə istehlak normalarının müəyyənləşdirilməsi və müxtəlif növ kartoçkaların, talon və kuponların tətbiqi aiddir. Lakin belə bölgü növü də təkmil deyil, çünki talonların təkrar satışı və mübadiləsini istisna etmir. Qıt əmtəənin və ya nemətin birinci növbədə verildiyi üstün qrupun müəyyənləşdirilməsi də rəsmi mexanizmə aiddir. Bu bölgünün də problemin həllindən çox problem yaratdığını sübut etməyə ehtiyac yoxdur. Belə ki, sovet iqtisadiyyatında növbədə birincilərə əlillər, çoxuşaqlı ailələr, vərəm xəstəliyinə tutulanlar, görkəmli idmançılar, ali dövlət mükafatları ilə təltif olunanlar və s. aid idilər, özü də, növbə birinciliyinin özünün bir neçə dərəcəsi olduğundan (uşaqların sayı, xəstəlik, cəmiyyət qarşısında xidmətlər) onların öz aralarında növbə yaratmaq qeyri-mümkün idi.

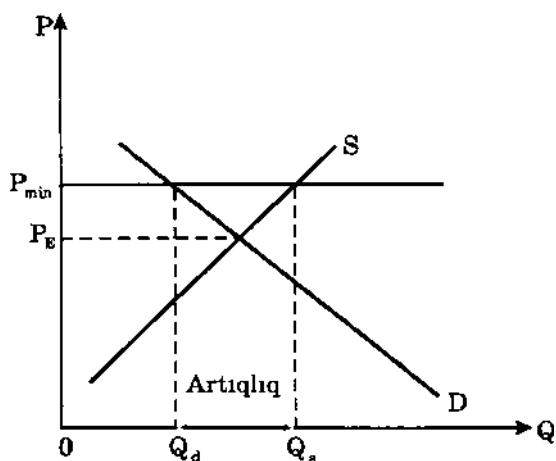
Qeyri-rəsmi mexanizmlərə aid idilər:

- mağazalarda növbələr: əmtəəni birinci tez gələn alır;
- əmtəənin tanışlıqla alınması;

- əmtəyə artıq haqq ödənilməsi və qara bazarın yaranması.

Maksimal yol verilən qiymət siyasəti nə qədər qeyri-təkmil olsa da, müəyyən dərəcədə bazar qiymət mexanizminə əlavə kimi çıxış edir və ilkin tələbat mallarının qiymətlərinə nəzarət şəklində praktik olaraq bütün dövlətlərdə tətbiq olunur. Buna parlaq misal Yaponiya kimi yüksək inkişaf etmiş dövlətdə əsas ərzaq məhsulu olan düyünün qiymətinin tənzimlənməsidir.

Dövlətin qiymət siyasəti yalnız maksimum yol verilən qiyməti deyil, həm də minimum yol verilən qiyməti müəyyənləşdirə bilər. Bu halda istehlakçını deyil, istehsalçını dəstəkləmək məqsədi güdülür. Söhbət birinci növbədə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalçısından gedir, ölkə fermerlərinin qiymətlə dəstəklənməsi siyasəti ABŞ, Avropa Şurası ölkələri və b. tərəfindən fəal aparılır. Bu kimi siyasətin məqsədi buğdaya, südə, ətə və s. bazarın tarazlıq qiymətindən yuxarı olan minimal qiyməti müəyyənləşdirməkdir (bax: şəkil).



Qiymətin belə qaldırılması fermerlərə məsrəflərini ödəməyə, idxal məhsulları ilə rəqabətə dözməyə, müflis olmamağa imkan verir. Bu kimi praktika, gec də olsa, 2002-ci ilin payızında dənli bitkilərin yüksək məhsuldarlığı nəticəsində buğdanın qiyməti sürətlə düşəndə və nəticədə çoxsaylı kənd təsərrüfatı müəssisələri müflislik təhlükəsi qarşısında qaldıqda Rusiyada da tətbiq olunmuşdu. Dövlətin qarışması və minimal qiymətin müəyyənləşdirilməsi bu prosesi dayandırdı. Maksimal qiymətlərdə olduğu kimi, minimal qiymətlər də bir sıra yeni problemlər doğurur.

Şəkil -dən göründüyü kimi, artıq istehsal effekti və ya məhsul artıqlığı yaranır ki, bu da bazar mexanizmi vasitəsilə realizə oluna bilməz. Təsadüfi deyil ki, ABŞ-da

fermerlər üçün əlverişli qiymətin saxlanması şərtlərindən biri fermerlərin becərilən sahələri və buğda istehsalını azaltmasıdır. Artıq məhsul probleminin həlli üsullarına həmin artıq məhsulun dövlət tərəfindən alınaraq dövlət ərzaq ehtiyatının yaradılması, artıq məhsulun ixrac olunması da aiddirlər. Çıxılmaz vəziyyətdə artıq məhsulun bilavasitə məhv edilməsi də tətbiq olunur. Nəzərə almaq lazımdır ki, artıq məhsul yalnız bazar koordinatlarında belədir, çünki kasıblıq və səfalət, az yemə və bilavasitə aclıq problemi də var. Bu problemlər əhalidə tədiyə qabiliyyətli tələb olmadığından məhz bazar yolu ilə həll oluna bilməzlər. Deməli, bu problemlərin həlli qeyri- bazar yolları ilə aparılmalıdır.

Bazarın qiymət mexanizmi müxtəlif istehsal sahələri arasında resursların bölgüsü problemini də kifayət qədər səmərəli həll edə bilmir. Bazar resursları alıcıların haqqını ödəyərək almağa hazır olduğu əmtəə və xidmətlərin istehsalına yönəldir. Cəmiyyətin nöqtəyi-nəzərində bu heç də həmişə səmərəli deyil. Belə ki, alıcıların bir qisminin bahalı restoranda nahara bir neçə yüz dollar xərcləməyə hazır olduğu halda çoxunun ümumiyyətlə heç naharı yoxdur. Hələ Bernar Şou iqtisadçı olmasa da, bazar mexanizminin bu cəhətinə diqqət yetirmiş və demişdir ki, uşaqlar üçün kifayət qədər süd istehsal olunmadığı halda resursları şampan istehsalına yönəltmək əxlaqsızlıqdır.

Vergilərin qiymətlərin səviyyəsinə təsiri

Yuxanda qeyd olunan ilkin tələbat mallarına «tavan qiymətlərinin müəyyənəşdirilməsi siyasətindən başqa, dövlətin vergi siyasəti kimi mühüm aləti də var. Məsələn, zinət əşyaları istehsalına (və satıcısına) dolayısıyla yüksək vergi müəyyənəşdirməklə dövlət bu qəbildən olan əmtəələrin istehsalını və istehlakını məhdudlaşdırmaq məqsədi güdür. Və əksinə, ilkin tələbat əmtəələrinə vergini azaltmaqla dövlət onların istehsalı və istehlakını həvəsləndirir (şəkil 1). Vergidən başqa subsidiyalardan da istifadə oluna bilər. Subsidiyalar istehlakçılara verilir ki, onlar əmtəə istehlakının həcmi artırarsınlar. Subsidiyalar əmtəə təklifini həvəsləndirmək və bununla onların bazar qiymətini aşağı salmaq üçün təchizatçılara da verilə bilər. Subsidiyaların bazarın tarazlığına və qiymətlərin səviyyəsinə təsiri mexanizmi şəkil 2-də verilmişdir.

Əksər hallarda vergi ağırlığının hamısı istehlakçı üzərinə keçirilmir. Əvvəlki və yeni təkliflər arasındakı şaquli məsafə bir əmtəəyə düşən vergi vahidini göstərir. Diqqət

yetirək ki, qiymət artımının son göstəricisi vergi vahidindən aşağı olacaq, çünki tələb əyrisi şaquli deyil, mənfi meyllidir. Buna görə də vergi vahidinin yalnız bir hissəsi yeni bazar qiymətinə daxil olur və alıcı tərəfindən ödənilir. Verginin qalan hissəsi satıcının payına düşür. Əgər tam qeyri-elastik tələb hadisəsini nəzərdən keçirsək, verginin hamısının əmtəənin qiymətinə girdiyini və tələb əyrisinin tam şaquli olduğunu görərik. Belə ki, Rusiyada MTS satışlarına vergi qoyulanda vergi bütövlükdə telefon şəbəkəsi abonentlərinin üstünə keçirilir, çünki hazırda mövcud olan qiymət intervalında MTS xidmətlərinə tələb tamamilə qeyri-elastikdir.