

QIYMƏT VƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏ KAFEDRASI

Baş müəllim: İ.Q.Quliyev

QIYMƏT VƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏ fənni üzrə

MÜHAZİRƏ MƏTNLƏRİ

BAKİ - 2015

MÖVZU 1. QIYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİNİN NƏZƏRİ ƏSASLARI

PLAN:

- 1.1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi
- 1.2. Qiymətemələgəlmə nəzəriyyələrində əsas istiqamətlər və yanaşmalar
- 1.3. Qiymətdoymanın prinsipləri və qiymətin funksiyaları
- 1.4. Qiymət sistemi, qiymətin tərkibi və quruluşu

1.1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi.

Məlumdur ki, qiymət əmtəə dəyərinin pulla ifadəsidir. Lakin bazar münasibətləri şəraitində bu müddəə inkaretmə obyektinə çevrilmişdir. Ona görə ki, yeni iqtisadi münasibətlər şəraitində qiymətlərin formalaşmasında dəyər qanunu ilə yanaşı digər iqtisadi qanunlar da əhəmiyyətli təsir dərəcəsinə malikdir. Bu da qiymətlərin mahiyyətinin daha dəqiq və hərtərəfli qaydada aydınlaşdırılması üçün bazar kateqoriyasının iqtisadi məzmununun da öyrənilməsinə tələb edir. Qiymət və bazar kateqoriyalarının iqtisadi mahiyyəti barədə ideyaları ümumiləşdirsək, qiymətlərin mahiyyətinin aşağıdakı şəkildə müəyyənləşdirilməsini daha məqsəduyğun hesab etmək olar:

Qiymət (tarif) — məhsulların istehsalı və reallaşdırılması, iş və xidmətlərin yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar ictimai-zəruri xərcləri əks etdirən, iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış səviyyədə mənfəəti təmin edən, tələb və təklif arasında tarazlığa təsir göstərən, elastiki dəyişkənlik xassəsinə malik mühüm iqtisadi kateqoriyadır.

Diqqəti cəlb edən məsələlərdən biri də “qiymətdoyma” və “qiymətlərin əmələ gəlməsi” anlayışlarının fərqləndirilməsindən ibarətdir. Məlumdur ki, qiymətdoyma-istehlak bazarında tələb və təklifdən, məhsulun keyfiyyətindən asılı olaraq, əhalinin sosial müdafiəsi və dövlətin iqtisadi mənafeyindən irəli gələn, istehsalçılar və istehlakçılar arasında əlverişli prinsiplər əsasında qiymətlərin formalaşması prosesidir. Bu prosesin həyata keçirilməsində inzibati-amirlik üstünlük təşkil etdiyindən müasir şəraitdə qiymətlərin müəyyən edilməsi prosesi “qiymətlərin əmələ gəlməsi” adı altında tədqiq olunur.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, qiymətemələgəlmə bir fənn kimi qiymətlərin formalaşması prosesini, hərəkəti qanunauyğunluqlarını və onlardan istifadəni öyrənir. Onun predmeti qiymətlər nəzəriyyəsi və onların qoyulması təcrübəsindən ibarətdir.

Mühüm məsələlərdən biri də dəyərin modifikasiyasının tarixi formalarına nəzər salmaqda yeni şəraitdə qiymətlərin formalaşması qanunauyğunluqlarının öyrənilməsidir. Əldə edilən nəticə isə qiymətlərin əmələ gəlməsinin nəzəri əsaslarının müəyyənləşdirilməsindən ibarət olmalıdır.

Hər hansı əmtəəni əldə etmək arzusunu doğurmaq izzətli həmin əmtəə bu və ya digər insan tələbatını (yaxud bu tələbatı təmin etmək qabiliyyətini) təmin etməyi bacarmalıdır. Alıcının qabiliyyətlə təmin olunan tələbatı alıcıya satıcıdan bu və digər əmtəəni almaq imkanı verir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, istehsalçı (satıcı) nöqtəyi nəzərindən qiymət müəyyən əmtəə istehsalı üçün zəruri olan xərclərlə müəyyən olunur. Əmtəə istehsalı inkişafının ilkin mərhələlərində Vilyam Petti, Adam Smit, David Rikardo və digər məşhur iqtisadçılar tərəfindən qiymətin əmək nəzəriyyələri adlı nəzəriyyələrin əsası qoyulmuşdur. Karl Marks

da belə nəzəriyyələrin ardıcıl tərəfdarı olmuşdur. O, orta şəraitdə və ixtisasa uyğun olan ictimai faydalı zəruri əmək sərfiyyatları anlayışını irəli sürmüşdür. Belə yanaşmada məhsuldar əmək konkret xüsusiyyətlərdən təcrid edilmiş olur. Onu mücərrəd (abstrakt) əmək adlandırmaq qəbul edilmişdir. Bu nəzəriyyələrə görə, əmtənin qiyməti onun dəyərinin pulla ifadəsidir.

İstehlakçı nöqteyi - nəzərindən əmtənin qiyməti konkret bazar şəraitində onun satıcıya ödəməyə razı olduğu pul məbləğidir. Bu konsepsiya qiymətin bütün qeyri-əmək nəzəriyyələrinin əsasında durur. Bu cür anlamda qiymətdə bazardakı əmtəə vəziyyəti, məhz bu əmtəəyə ehtiyac, ona tələbat, mübadilə məqsədəuyğunluğu və sövdələşmə tamamlanması əks olunur. Əmtənin istehlak dəyəri yüksək olduqca, ona daha yüksək qiymət ödəməyə hazır olurlar.

Beləliklə, qiymətin bu iki konsepsiyasının müqayisəsi mahiyyətə bu suala gətirib çıxarır ki, nəyi ilkin saymaq lazımdır: təklifi (dəyəri), yaxud tələbi (faydalılığı)?

Müasir iqtisadi nəzəriyyə hər iki yanaşmanı bundan asılı olaraq razılaşdırmağa cəhd göstərir ki, qiymət həm dəyəri, həm də əmtəə faydalılığını əks etdirir. Əslində xərclərin formalaşdırılmasının obyektiv prosesi əmtənin istehsalı və realaşdırılması üçün zəruri olan bütün xərclərin əvəzlənməsini tələb edir. Bazar münasibətləri şəraitində belə konsepsiya məhz əmtəə satışı nəticəsində əldə olunan pul gəlirlərinin, yəni subyektiv prosesin hesabına həyata keçirilə bilər.

Əgər bu konsepsiya qeyri-qənaətbəxş olursa, onda istehsalçılar var- yoxdan zıxırlar və bazardan gedirlər; onların yerini həmin əmtəni daha az məsrəflərlə istehsal edən istehsalçılar tuturlar və onlar əmtəni daha aşağı qiymətə təklif edə bilirlər, yaxud həmin, yəni yeni əmtəələr istehsal edən və ya ənənəvi əmtəələrə yeni xassələr verən istehsalçılar tuturlar ki, bu da alıcıları əmtəələr gəzən uyğun qiyməti üdəməyi təhrik edir.

Məxtəlif mənasibətlər tələbata qarşı təklifin qoyulduğu, və uyğun olaraq, əks maraqlara malik olan alıcılar və satıcıların qarşılıqlı fəaliyyət güstərdiyi hər yerdə baş verirlər.

Satıcıların məqsədləri mümkün olduqca daha çox əmtəələr satmaqda və bununla mümkün maksimum mənfəət əldə etməkdə ifadə olunur. Alıcıların məqsədləri isə lazımı əmtəələri daha az məsrəflərlə və daha çox fayda ilə əldə etməkdir. Satıcı və alıcının maraqlarının tarazlaşdırılması əmtəə qiymətinin məğəyyən edilməsi nəticəsində həyata keçirilir.

Dəyər qanunu, tələb-təklif qanunu və pul tədavülü qanunu bir-biri ilə qarşılıqlı asılılıqda və fəaliyyətdə qiymətlərin əmələ gəlməsinin nəzəri əsasını təşkil edirlər.

1.2. Qiymətmələgəlmə nəzəriyyələrində əsas istiqamətlər və yanaşmalar

Firmanın qiymətmələgəlmə nəzəriyyəsində üç əsas istiqaməti ayırmaq olar: xərc, subyektiv marjinalizm və neoklassik sintez və yaxud obyektiv marjinalizm.

Xərc istiqaməti istehsalçının məcmu məsələlərini nəzərə alır. Subyektiv marjinalizm faydalılığın kəmiyyətinə əsaslanır. Neoklassik sintez (obyektiv marjinalizm) artan xərcləri nəzərə alır.

Qiymətəmələgəlmə nəzəriyyəsinin xərc istiqamətinin əsasında dəyərin əmək nəzəriyyəsi durur. Burada məcmu məsrəfləri dəyişkən əmək məsrəflərinə müncər etməyi nəzərdə tutan A. Smitin metodoloji üsulundan istifadə olunur. Həmin nəzəriyyəyə görə, dəyərin formalaşması başlıca olaraq istehsal sferasında baş verir. Müvafiq olaraq məsrəf bazası daha ox istehsal xarakteri daşıyır. Qiymətəmələgəlmənin subyektiv marjinalizm (son hədd) istiqaməti U. Çevonsun, K. Mencerin, L. Valrasın işlərinə uyğun olaraq son hədd faydalılığı zəminində durur. Bu nəzəriyyənin müəyyən edilməsi metodologiyasının əsası faydalılıq kateqoriyası sayılır ki, bu da təklif edilən əmtəə dəstindən istehsalçı tərəfindən konkret əmtəəyə üstünlükvermə dərəcəsi kimi qiymətləndirilir. Məhsul vahidi artımını göstərən son hədd faydalılığı qiymətin əsası kimi çıxış edir. Lakin qiymətin müəyyən edilməsi üçün əmtəənin malik olduğu faydalılığı ölçmək lazımdır. Faydalılığın ölçülməsinə iki yanaşma mövcuddur: ordinalist və kardinalist.

U. Cevons tərəfindən hazırlanmış kardinalist inkişaf konsepsiyası əmtəə bazarında əks agentlərin subyektiv qiymətləndirilmələri vasitəsilə faydalılığın fasiləsiz olaraq ölçülməsi mümkünlüyünü nəzərdə tutur. Bu zaman alqı barədə qərar qəbul edilərkən fərdi hissetmələrin təhlili əsas götürülür.

Əsasən F. Edcount, V. Pareto, Y. Slutski tərəfindən inkişaf etdirilən ordinalist konsepsiyada fərqsizlik ayrıləri aparatından istifadə etməklə faydalılığın nisbi ölçülməsi əsaslandırılır. Fərqsizlik ayrıləri bazarda iki nəzərdə tutulan əmtəələr arasında bütün əyri boyunca qeyd edilmiş bərabər qiymətli istehlak seçimlərinin qrafiki şərhini əks etdirir.

Qiymət nəzəriyyəsinə həm kardinalist, həm də ordinalist yanaşmalar heç bir miqdar yoxlamasına uyuşmayan son dərəcə mücərrəd analitik vasitələrlə aparılırdı. Həmin konsepsiyaların çox da yüksək olmayan tətbiqi əhəmiyyəti amerika iqtisadçısı P. Samuelson tərəfindən irəli sürülmüş üstünlükvermənin aşkara çıxarılması konsepsiyasının meydana gəlməsinin əsasını qoydu. Bu konsepsiyanın mərkəzində təcrübəli yolla müşayiət olunan fərdi istehsalçı seçimi yerləşir. Samuelson müəyyən vaxt aralığında alternativ əmtəə dəsti cütlərinin alqısında istehsalçı davranışını formalaşdırırdı. Lakin son hədd faydalılığının bütün konsepsiyaları özünün yüksək səviyyədə mücərrədliyi ilə fərqlənir ki, bu da tətbiqi nəticələrin alınmasını çətinləşdirir. Qiymətəmələgəlmə nöqtəyi-nəzərindən faydalılıq nəzəriyyəsinin başlıca xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, dəyərin və qiymətin formalaşması prosesi istehsal sferasından tədavül sferasına köçürülür.

Qiymətəmələgəlmə nəzəriyyəsinin üçüncü istiqaməti neoklassik istiqamət sayılır. Bu istiqamətin müəllifi marjinal qiymət nəzəriyyəsinin əsasını qoymuş ingilis iqtisadçısı A. Marşall sayılır. Həmin nəzəriyyənin prinsipləri aşağıdakı məsələlərlə əsaslandırılır: 1) tələb və təklifə eyni əhəmiyyətə malik qiymətəmələgətirən amillər kimi baxılması; 2) bazarda tarazlığın əldə edilməsi; 3) son hədd kateqoriyaları prizmasından tələb və təklifin, bazar dəyişənlərinin təhlili.

Əvvəlki nəzəriyyələrdən fərqli olaraq marjinal qiymət nəzəriyyəsi istehsalın son hədd vəziyyətinin aşkara çıxarılmasından ibarət tətbiqi xarakterə malikdir. Həmin son hədd vəziyyətindən kənarda firmanın öz istehsalını inkişaf etdirməyi əlverişsizdir. Bazarda son həddin vəziyyəti firmanın, gəlir artımının xərc artımını qabaqlaması, xas olan mənfəət zonasından xərc artımının gəlir artımını qabaqlaması ilə xarakterizə olunan zərərli zonaya keçməsinə göstərir.

Marjinal qiymət nəzəriyyəsi firma qiymətməlgəlməsi üçün daha münasibdir, çünki marjinal yanaşma firmanın qiymət qərarlarının cari və perspektiv tələbə uyğunlaşmasını, həmin qərarların dəqiq olaraq qısa və uzunmüddətli qərarlara bölgüsünü nəzərdə tutur. Bu cür yanaşma firmanı birbaşa olaraq qəbul olunan qiymət qərarlarının optimallaşdırılmasına yönəldir. Bu, alternativ xərclərin qiymətləndirilməsində özünü göstərir. Optimal qərar variantı nəzərdən keçirilən əmtəələrin xərclər və gəlirlər əsasında müəyyən edilən alternativ səmərəliliyinin hesablanmasından ibarətdir. Məsələn, nomenklatura profili uyğun gələn əmtəələrdən birinin sifarişi həcmnin artırılması digər əmtələrin istehsalı üçün güclərin ixtisar olunmasına gətirib çıxara bilər. Buradan isə xərclər və gəlirlər əsasında müəyyən edilən alternativ səmərəliliyin hesablanması zərurəti meydana çıxır. Onu da qeyd etməmək olmaz ki, bu konsepsiya qiymətməlgəlmənin bazar dəyişənlərinin optimal vəziyyətlərinin növbələnməsi ilə şərtlənən fərdiləşdirilməsini nəzərdə tutur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətməlgəlmə mexanizmi qiymətlər və onların dinamikası vasitəsilə özünü büruzə verir. Qiymətlərin dinamikası isə iki amilin — strateji və taktiki amillərin təsiri altında formalaşır. Strateji amil ondan ibarətdir ki, qiymətlər dəyər əsasında formalaşır və onun ətrafında tərəddüd edirlər.

Taktiki amil konkret əmtəənin qiymətinin bazar konyunkturasının təsiri altında formalaşmasını ifadə edir.

1.3. Qiymətgoymanın prinsipləri və qiymətin funksiyaları.

Qiymətməlgəlmənin prinsipləri dedikdə, bütün qiymətlər sistemi üçün xarakterik olan və onun əsasında duran, daimi fəaliyyət göstərən əsas müddəalar başa düşülməlidir. Qiymətməlgəlmənin vacib prinsipləri: qiymətlərin əsaslandırılmasının elmiliyi, onların məqsədyönlülüüyü, qiymətməlgəlmə prosesinin fasiləsizliyi, bu prosesin vahidliyi və qiymətlərə riayət olunmasına nəzarət sayılır.

Qiymətlərin əsaslandırılmasının elmiliyi prinsipi qiymətməlgəlmədə bazar iqtisadiyyatının inkişaf qanunlarının və hər şeydən əvvəl isə dəyər qanununun, tələb və təklif qanununun dərk olunması və uçuotu zəruriyyətindən ibarətdir.

Qiymətin elmi cəhətdən əsaslandırılması bazar konyunkturunun, bütün bazar amillərinin, eləcə də mövcud qiymətlər sisteminin dərin təhlilinə əsaslanır. Bu zaman istehsalın perspektiv inkişaf meyllərini aşkara çıxarmaq, xərclərin, tələbin, əmtəənin keyfiyyətinin səviyyə dəyişməsinə proqnozlaşdırmaq lazımdır. Qiymətin əsaslandırılmasının elmiliyi xeyli dərəcədə onların qoyulması zamanı informasiya təminatının təminliyindən də asılıdır və geniş iqtisadi informasiya tələb edir.

Qiymətin məqsədyönlülüüyü ondan ibarətdir ki, həllində qiymətlərdə istifadə edilməli olan əsas iqtisadi və sosial problemləri dəqiq müəyyən etmək zəruridir. Buna misal olaraq qiymətlərin, prinsipə yeni, mütərəqqi məhsulların mənimsənilməsinə, onun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə istiqamətləndirilməsini göstərmək olar. bu məhsula bilavasitə onun buraxılışından sonra və onun istehsalının genişləndirilməsinə qədər maksimum (inhisar) mənfəəti təmin edən qiymətlər qoyulur. Qiymətlərin məqsədli prioritetləri və məqsədyönlülüüyü iqtisadiyyatın inkişafının hər bir mərhələsində dəyişilə bilər.

Fasiləsizlik prinsipi qiymətməmələgəlmə prosesinin dinamikliyi ilə müəyyən edilir. Bu, onunla ifadə olunur ki, əmtəə xammaldan hazır məhsula kimi öz hərəkətində bir neçə mərhələdən keçir. Əmtəə hərəkətinin hər bir mərhələsi üçün ayrıca qiymət qoyulur. Bundan başqa, istehsalatdan köhnəlmiş əmtəələrin çıxarılması və yenilərinin mənimlənilməsi ilə əlaqədar olaraq, qiymətə daim dəyişikliklər və əlavələr edilir.

Qiymətməmələgəlmə prosesinin və qiymət intizamına riayət edilməsinə nəzarətin vahidliyi prinsipi ondan ibarətdir ki, qiymətləri müəyyən edən və tənzimləyən dövlət orqanları onlara nəzarət etməyə borcludurlar. Bu cür nəzarət hər şeydən əvvəl, qiymətlərinin dövlət tənzimlənməsi həyata keçirilən məhsullara tətbiq olunur. Belə nəzarətin məqsədi qiymətin əmələ gəlməsinin qanunvericiliklə müəyyən edilən qaydalarının tətbiq olunması düzgünlüyünün yoxlanılmasından ibarətdir. Qiymət intizamını pozduğu halda müəssisə və təşkilatlara inzibati və iqtisadi sanksiyalar (cərimələr və s.) tətbiq olunur.

Qiymətin funksiyaları onun iqtisadi mahiyyətinin ifadəsi olmaqla qiymətin təyinatını, təsərrüfat həyatında mövqeyini və digər iqtisadi kateqoriyalarla qarşılıqlı əlaqələrini əks etdirirlər.

Bu funksiyaları ətraflı surətdə nəzərdən keçirək.

1. Qiymətin uçot, nəzarət və aqreqatlaşdırma funksiyası. Qiymət özünün son şəklində bazarda müəyyən olunur. Faktiki olaraq o, öz əmtəəsini satışa hazırlayan satıcının əldə etmək istədiyi qiymətdən nəzərə cəpəcaq qədər fərqlənə bilər. Satıcı ona cəhd göstərir ki, əmtəə qiyməti onun xərclərini (əmək, maliyyə, maddi və b.) ödəməyə imkan versin və lazımı mənfəəti təmin etsin. Lakin dinamik dəyişən bazar vəziyyətinin təsiri altında faktiki əmtəə qiyməti onun dəyərinin pulla ifadəsindən kənarlaşa (lakin bu fərqlənmə mütləq deyil) bilər. Belə kənarlaşma baş verməyə bilər, yaxud istehsalçı və ya əmtəə göstəricisi qiyməti diqtə etmək imkanına malik olduqda inhisarçılıq şəraitində ola bilər. Bu halda qiymətlərə kənarlaşma məhz inzibati yolla qoyula bilər.

Faktiki rəqabət şəraitində əmtəə qiyməti istehsal xərclərinin düzgünlük meyarı kimi xidmət edir. Faktiki bazar qiyməti üzrə istehsal rentabelliği, əmək məhsuldarlığı, fondverimi, kapital qoyuluşların həcmi, mal dövriyyəsi həcmi, məhsul həcmi və s. kimi göstəricilər haqqında mülahizə yürütmək olar.

2. Qiymətin stimullaşdırma funksiyası. Bu funksiyanın mahiyyəti odur ki, əmtəənin faktiki qiyməti bu və ya digər əmtəə növünün istehsalının və texniki səviyyəsinin yüksəlməsinə yaxud aşağı düşməsinə səbəb ola bilər.

Hər bir istehsalçıya öz məhsulunu mümkün olduqca onun istehsal xərcləri ilə müqayisədə daha yüksək qiymətə satmaq faydalı olduğundan qiymət aşağıdakıları stimullaşdırır:

- ◇ Elmi texniki tərəqqini, istehsalın modernləşdirilməsini və avtomatlaşdırılmasını;
- ◇ Enerjiyə, maddi və texniki resurslara qənaəti;
- ◇ Məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsini;
- ◇ İstehsalın və istehlakın strukturunun dəyişməsinə.

Bütövlükdə satılan əmtəənin daha yüksək qiyməti istehsalçıya (satıcıya) daha yüksək mənfəət əldə etməyə imkan verir. Deməli istehsalçı analoji əmtəələrlə müqayisədə daha səmərəli satıla bilən məhsulu istehsal etməyə və bazara göndərməyə cəhd göstərəcəkdir. Bununla yanaşı elə keyfiyyətli əmtəələr istehsal etmək lazımdır ki, onlar alıcılar üçün

maraqlarını təmin etmiş olsunlar. Buna müasir texnoloji proseslərin, avadanlığın, təşkili, idarəetmə və nəzarət metodlarının tətbiqi ilə nail olunur. Əksinə, məhsulun istehsalı və satışı xərclərinin çoxalmasına gətirib çıxaran köhnəmiş texnologiya və istehsal təşkili qiymətin təsiri altında əlverişli olmur və dəyişdirilməlidir.

Qiymətlərin təsiri altında, həmçinin, şəxsi istehlak strukturu və son nəticədə tələbat səviyyəsi dəyişə bilər. Bu, satışdan müxtəlif vergi dərəcələrinin, əlavə dəyər vergilərinin və b., müqavilələr sisteminin, o cümlədən xammal və s. qiymətlərin hesabına həyata keçirilir.

Qarşılıqlı dəyişdirilən məhsul növlərinin qiymətləri də öz aralarında müqayisə oluna bilərlər və bununla təklif strukturuna təsir edə bilərlər.

3. Qiymətin bölüşdürücü funksiyası. Obyektiv yaranan qiymət əsasında müxtəlif iqtisadi subyektlər arasında gəlirin yenidən bölüşdürülməsi baş verir, bu isə aşağıdakılarda davam edir:

- ◇ İqtisadiyyat sahələri arasında;
- ◇ Müxtəlif mülkiyyət formasına malik müəssisələr arasında;
- ◇ Regionlar arasında;
- ◇ Ölkə əhalisinin sosial qrupları arasında;
- ◇ Yığım və istehlak fondları arasında;

Yadda saxlamaq lazımdır ki, bazarda əmtəə qiymətləri son nəticədə müvazinətləşməlidir. Hər bir anda və hər bir konkret əmtəə üçün əmtəə qiyməti onun dəyəri ilə üst-üstə düşməyə bilər və onda bazarın bir qrup iştirakçılarının uduşu digər qrupunun uduzmağına bərabərləşir. Əgər əmtəə qiyməti onun real dəyərindən aşağı olarsa, onda pul artıqlığı alıcıların sərəncamında olmuş olur.

Pul məbləğinin yenidən bölüşdürülməsi dövlət tərəfindən həyata keçirilən qiymətlərin birbaşa tənzimlənməsi hesabına baş verə bilər. Bundan başqa, o, maliyyə-kredit sisteminin köməyi ilə də həyata keçirilə bilər. Həmişə təsir edən qiymətlər səviyyəsindən fərqli olaraq maliyyə axınları müəyyən sosial qruplara ünvanlı ola bilər. Belə fəaliyyətdə olan seçilmiş maliyyə axınları şəkilində əmək haqqını, pensiyaları, müavinətləri və b. göstərmək olar. Onlar əhəlinin ünvanlı qruplarının xeyrinə pul gəlirlərinin yenidən bölüşdürülməsinə səbəb olaraq, qiymətlər səviyyəsində dolaylı təsir göstərilir.

Nüfuzlu əmtəələrin və zinət əşyalarının yüksək pərakəndə satış qiymətlərinin köməyi ilə yüksək gəlirli əhəli qruplarından pul vəsaitlərinin yenidən bölüşdürülməsini az təminatlı əhəli qruplarının xeyrinə həyata keçirmək (uyğun siyasət şəraitində) olar.

4. Tələb və təklifin balanslaşdırılması funksiyası. İstehsal (satış) və istehlak (alış) arasında qarşılıqlı əlaqə qiymətlər vasitəsi ilə həyata keçirilir. Müəyyən əmtəənin qiyməti əsasında tələb və təklif arasında müvazinətin pozulması haqqında mühakimə yürütmək olar.

Əmtəələr çatışmadıqda onlar daha yüksək qiymətə satıla bilərlər, bu da istehsalçı üçün onların buraxılışının artırılmasını məqsədəuyğun edir. Belə çoxalma əmtəə çatışmamazlığı ləğv edilmədikcə hələ davam edəcəkdir, beləliklə, təklif tələblə balanslaşdırılmış olur.

Əmtəələr artıqlığında satıcıya onları daha aşağı qiymətlər üzrə reallaşdırmaq lazım gəlir. Onda istehsalçı üçün onların istehsalını azaltmaq məqsədəuyğun sayılır. Buraxılış həcmində aşağı salınması o vaxtadək baş verəcəkdir ki, əmtəə artıqlığı tükənməyib və deməli, təklif yenidən tələblə balanslaşmış olur. Tələb və təklifin müvazinətliyi qiymətlərin yüksəlməsinin əmtəələrin keyfiyyətinin yaxşılaşması və çeşidinin genişləndirilməsi nəticəsində baş verməsini ifadə edir.

5. Məhsuldar qüvvələrin səmərəli yerləşdirilməsi funksiyası. Bazar qanunlarının (rəqabət və tələbat qanunlarının) təsiri altında müəssisələr müstəqil surətdə daha yüksək satış qiyməti hesabına qoyulmuş kapital üçün daha yüksək mənfəət əldə etmək mümkün olan sahələrə kapitalın köçürülməsi haqqında qərar qəbul edirlər.

Kapital qoyuluşları üçün obyekt seçərək, istehsal-satış tsikli davamiyyətini və inflyasiya səviyyəsini nəzərə almaq lazımdır. Kifayət qədər uzun tsikldə və yüksək inflyasiya səviyyəsində bu sferaya qoyulmuş kapitalın qiymətdən düşməsi baş verə bilər.

6. Qiymətin ödəməli və gəlir əmələgətirən funksiyası. Qiymət mahiyyət etibarilə əmtəəni alarkən alıcının satıcıya ödəməli olduğu pulun məbləğidir. Əgər ənənəvi əmtəələrin siyahısına iş qüvvəsi də daxil edilərsə onda qiymət həm də müxtəlif bazar agentlərindən əldə olunan gəlirləri də ifadə edir.

7. Qiymətin informasiya və ya indikator funksiyası. Qiymətlər iqtisadiyyatın informasiya sisteminin əsasını təşkil edirlər.

Qiymətin müxtəlif funksiyaları bir-biri ilə qarşılıqlı, bəzən bir-birinə zidd, bəzən də eyni istiqamətdə fəaliyyətdə olurlar. Belə ki, qiymətin stimullaşdırıcı (stimullaşdırıcı qiymət) funksiyası ilə tələb və təklifin balanslaşdırılması funksiyası eyni istiqamətdə fəaliyyət göstərə bilər. Bu, o halda baş verir ki, yüksək satış qiyməti böyük tələbat olan əmtəələr istehsalının yüksəlməsinə səbəb olur. Əksinə, aşağı satış qiyməti tələbat az olan əmtəələr istehsalının ixtisarına səbəb olur. Bu da tələb və təklifin müvazinətləşdirilməsinə gətirib çıxarır.

Qeyd etmək lazımdır ki, uçot funksiyası bütün digər qiymət funksiyalarının əks istiqamətində fəaliyyət göstərə bilər. Bu onunla izah olunur ki, bazar şəraitində faktiki əmələ gəlmiş satış qiymətləri müəyyən əmtəənin istehsalına və reallaşdırılmasına çəkilən real xərclərdən çox olur, yaxud, əksinə, bunlardan aşağı olur, buna görə qiymətin rolu və təsiri hər bir konkret halda hərtərəfli təhlil nəticəsində aşkar olur.

1.4. Qiymət sistemi, qiymətin tərkibi və quruluşu

İqtisadiyyatda fəaliyyət göstərən bütün qiymətlər qarşılıqlı əlaqədə olub, müxtəlif bazar amillərinin təsiri altında daim inkişafda olan sistemi əmələ gətirir. Başqa sözlə desək, qiymətlər sistemi müxtəlif qiymət növlərinin qarşılıqlı əlaqəsini və qarşılıqlı münasibətlərini xarakterizə edir. Həmin sistem müxtəlif elementlərdən ibarətdir və ona həm ayrı-ayrı konkret qiymətlər kimi, həm də müxtəlif əlamətlər üzrə birləşdirilən müəyyən qiymətlər qrupu kimi baxmaq lazımdır.

Qiymətlər sistemində hər bir ayrıca qiymət və hər bir qiymətlər qrupu digər bütün qiymətlərlə qarşılıqlı əlaqədə yerləşirlər.

Verilən sistemin əsas bloklarının (topdansatış qiymətləri, satınalma qiymətləri, pərakəndə satış qiymətləri və s.) birində qiymətin dəyişilməsi tez bir surətdə digər bloklara da ötürülür.

Bütün qiymət sistemində əsas rolu sənayenin baza sahələrinin məhsullarının qiymətləri oynayır. Onlara yanacaq-energetika (kömür, neft, qaz, elektrik enerjisi), metallurgiya sahələri aiddir. Belə ki, enerji daşıyıcılarının qiymətlərinin dəyişməsi bütün iqtisadiyyat sahələrinin məhsullarının qiymət səviyyəsində öz əksini tapır. Yüngül və yeyinti sənaye

sahələrinin qiymətlərinə kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətlərinin dinamikası əhəmiyyətli təsir göstərir.

Vahid sistemə daxil olan müxtəlif qiymət bloklarının yalnız birbaşa deyil, həm də əks əlaqələri mövcuddur. Qiymətlərin artması müəyyən dövrdən sonra bazar sahələrinə onların istifadə etdikləri material-texniki ehtiyatların (maşın, avadanlıq və s.) bahalaşması formasında qayıdır.

Vahid sistemə daxil olan qiymətlərin sıx qarşılıqlı əlaqəsi və asılılığı iki əsas cəhətlə şərtlənir:

— bütün qiymətlər dəyər, tələb və təklif qanunu aid olan vahid metodoloji əsasda formalaşırlar;

— təsərrüfat fəaliyyətinə qiymətlərin xidmət etdiyi bütün sahələrin müəssisə və birlikləri qarşılıqlı əlaqədə olub vahid təsərrüfat kompleksini yaradırlar.

Vahid sistemdə qiymətlərin qarşılıqlı əlaqəsi və asılılığı ayrı-ayrı qiymət bloklarının və konkret əmtəələrin onlar daxilində sərbəst hərəkətini nəinki inkar etmir, hətta onu zəruriləşdirir.

Qiymət sistemi və onun fəaliyyət göstərdiyi iqtisadi mühit bir-biri ilə sıx əlaqədədir. Bu mühiti bazar iqtisadiyyatının əsas elementləri, yəni əmtəə istehsalı, rəqabət, mülkiyyətin müxtəlif formaları təşkil edir.

Qiymətlər sistemi müxtəlif növlərdən ibarətdir ki, bu da qiymətlər daxilində onun müəyyən əlamətlərə uyğun olaraq təsnifləşdirilməsinə imkan verir.

Bazar iqtisadiyyatında aşağıdakı qiymət növləri fəaliyyət göstərir. Adətən onların təsnifləşdirilməsi aşağıdakı əlamətlərə görə aparılır: 1) Xidmət etdiyi iqtisadi dövriyyənin xarakterinə görə; 2) Təsbit olunması qaydalarına görə; 3) Fəaliyyət göstərmə müddətinə görə 4) Əsaslandırma dərəcəsinə görə; 5) Göndərmə və satış şərtlərinə görə; 6) Ərazi əlamətinə görə.

Xidmət göstərdiyi iqtisadi dövriyyənin xarakterinə görə qiymətləri aşağıdakı kimi ayırmaq olar:

1) Sənaye məhsullarının topdansaş qiymətləri. Bu qiymətlərlə görə müəssisələr istehsal etdikləri məhsulları digər müəssisələrə və satış təşkilatlarına satır

2) Pərakəndə satış qiymətləri. Bu qiymətlərə görə ticarət təşkilatları öz mallarını əhaliyə satır

3) Satınalma qiymətləri. Bu qiymətlərlə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları öz məhsullarını dövlət və ya qeyri-dövlət təşkilatlarına, firmalara, sonrakı e'mal məqsədilə sənaye müəssisələrinə satır

4) Tikintinin məhsulunun qiymətləri - Tikinti prosesində smeta dəyərindən istifadə olunur

5) Əhaliyə xidmətə görə qiymət və tariflər

6) Tədavül sferasında əlavələr (topdansaş-satış, ticarət)

Sənaye məhsullarının topdansaş qiymətləri — topdansaş dövriyyəsi qaydasında mülkiyyət formasından asılı olmayaraq bütün təşkilat, müəssisə və firmaların məhsullarının reallaşdırıldıqları qiymətlərdir. Məhsul çox vaxt mülkiyyət formalarının dəyişməklə topdansaş partiyalarla alınır və satılır. Bu topdansaş qiymətlərinin prinsipial fərqlərindəndir.

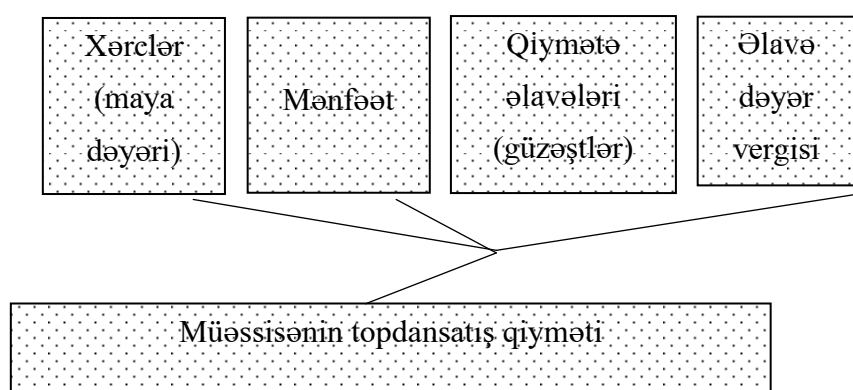
Sənaye məhsullarının topdansaş qiymətləri öz növbəsində iki yarım növə: müəssisənin topdansaş buraxılış qiymətinə və sənayenin topdansaş qiymətinə bölünür.

Müəssisənin topdansaş qiyməti — məhsul istehsalçılarının istehsal etdikləri məhsulu istehlakçılara — digər müəssisə və təşkilatlara satdıqları qiymətlərdir. Bazara keçid zamanı

bu qiymətlər müəssisə və təşkilatların sonrakı təsərrüfat fəaliyyətinə şəarit yaradır. Müəssisə və təşkilatlar öz məhsullarını reallaşdırən zaman öz istehsal və reallaşdırma xərcələrini ödəməli, həmçinin bazarda fəaliyyət göstərməyə imkan verən mənəfəət əldə etməlidirlər. Müəssisənin topdansatış qiymətinin tərkibini şəkil 4.1-də görmək olar.

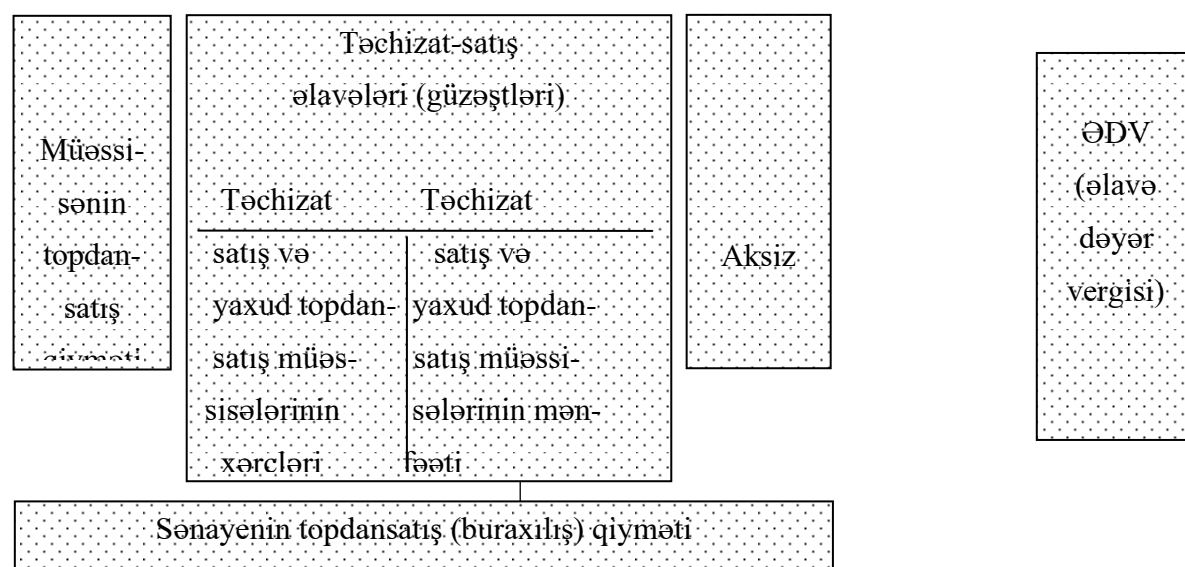
Müəssisənin topdansatış qiymətinin əsasında müəssisənin (firmanın) dəyər göstəricilərinin hesablanması, təhlili və planlaşdırılması aparılır.

Müəssisənin topdansatış qiymətinin yarım-növü kimi eyni bir müəssisə və yaxud firmanın ayrı-ayrı bölmələri arasında kommersiya əməliyyatlarının aparılması zamanı istifadə edilən transfert qiymətini göstərmək olar. O, hazır məhsula, yarımfabrikata, xammala tətbiq olunduğu kimi, həm də xidmətlərə (işlərə) o cümlədən, idarəetmə işlərinə də tətbiq edilə bilər. Transfert qiymətlərdən istifadə firmanın rəqabətliiliyinə böyük tə'sir göstərə bilər. Məsələn, törəmə müəssisələrdən göndərilən xammal və materialların qiymətlərini azaltmaqla rəqabətliiliyi yüksəltmək olar.



Şəkil 1.1. Müəssisənin topdansatış qiymətinin tərkibi.

Sənayenin topdansatış (buraxılış) qiymətləri istehlakçı müəssisələrin və yaxud satış (topdansatış) təşkilatlarının məhsullarına görə ödədikləri qiymətlərdir.



Şəkil 1.2. Sənayenin topdansatış (buraxılış) qiymətinin tərkibi.

Məhsul istehsalçılarının qiyməti daha çox istehsalla bağlı olduğu halda, sənayenin topdansasatış (buraxılış) qiymətləri dövrüyyə (topdansasatış ticarəti) sferası ilə əlaqədardır.

Sənayenin topdansasatış (buraxılış) qiymətinin yarımnoğlu kimi birja kotirovkası və əmtəənin keyfiyyətindən, birja müqaviləsində göstərilən əmtəənin göndərilmə yerindən, məsafəsindən asılı olaraq güzəşt və yaxud əlavələr əsasında formalaşan birja əmtəələrinin (və yaxud birja işlərinin) qiymətini göstərmək olar.

Pərakəndə satış qiymətləri qiymətlərin əmələ gəlməsi prosesinin son mərhələsinin nəticələri və xalq istehlakı məhsullarının faktiki satış qiymətləridir. Bu qiymətlərlə satılan məhsullar birbaşa istehlak sferasına daxil olur. Pərakəndə satış qiyməti kəmiyyətə sənaye topdansasatış (buraxılış) qiyməti ilə ticarət əlavələrinin (güzəştlərinin) cəmindən ibarətdir.

Təsbit olunma qaydasına görə qiymətləri aşağıdakı kimi fərqləndirirlər:

1) Sərbəst qiymətlər. Bu qiymətlər tələb və təklif əsasında məhsul və xidmət istehsalçıları tərəfindən qoyulur

2) Tənzimlənən qiymətlər. Bu qiymətlər müvafiq idarəetmə orqanları tərəfindən qoyulur. həmin qiymətlərə aşağıdakıları aid etmək olar:

— son hədd qiymətləri (tarifləri). Müəssisə bu qiymətlərdən yuxarı öz məhsulu və ya xidmətlərinə haqq qoya bilmir.

— müəyyən səviyyədə qoyulan təsbit olunmuş qiymət və ya tariflər.

Qiymətlərin tənzimlənməsi həm də qiymətlərin dəyişməsinə son hədd əmsallarının qoyulması yolu ilə həyata keçirilir:

— rentabelliyin son hədd səviyyəsi;

— sərbəst qiymətlərin yüksəldilməsinin deklarasiya olunması.

3) Müqavilə qiymətləri. Bu qiymətlər tərəflərin razılığına görə müəyyən edilir.

4) Transfert qiymətləri. Bu qiymətlər bir firmanın bölmələri arasında və yaxud eyni bir assosiasiyaya daxil olan müxtəlif firmalara arasında məhsulun reallaşdırılması aparılarkən tətbiq edilir;

5) Birja qiymətləri (birja kotirovkası). Bu qiymətlər birja ticarət vasitəsilə reallaşdırılan əmtəələrə tətbiq olunur.

6) Hərrac (tender) qiymətləri. Bu qiymətlər ticarətin xüsusi formasına şamil edilir. Bu zaman bir neçə rəqib sifarişçiyə müəyyən işin yerinə yetirilməsinə görə öz layihələrini təqdim edirlər və sifarişçi bunların içərisindən ən səmərəlisini seçir.

Fəaliyyət müddətinə görə qiymətləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1) Sabit qiymətlər. Bu qiymətlər verilmiş razılaşma və ya kontrakta görə məhsulun bütün göndərilmə müddətində dəyişməyən qiymətlərdir.

2) Cari qiymətlər. Həmin qiymətlərlə müəyyən vaxt dövründə məhsulun göndərişi həyata keçirilir. Bu qiymətlər bir kontrakt çərçivəsində dəyişə bilərlər və bazar vəziyyətini əks etdirirlər.

3) Sürüşkən qiymətlər. Bu qiymətlər ticarət sövdələşmələrində mə'mulatlara uzun hazırlanma müddətinə qoyulur. Onlar mə'mulatlarda hazırlanması üçün zəruri olan vaxt müddətində istehsal xərclərinə dəyişmələri nəzərə almağa imkan verən sürüşmə prinsipi əsasında hesablanır.

4) Mövsümi qiymətlər. Bu qiymətlər müəyyən vaxt dövrü ərzində fəaliyyət göstərilir.

5) Pilləli qiymətlər. Bu qiymətlər qabaqcadan müəyyən edilmiş şkala üzrə əvvəlcədən şərtləndirilmiş vaxt anına ardıcıl surətdə azalan qiymətlər sırasını əks etdirir.

Əsaslandırılma dərəcəsinə görə qiymətlər aşağıdakılardır:

1) Bazis qiymətləri. Bu qiymətlər oxşar əmtəyə qiymət qoyulması zamanı ilkin baza kimi tətbiq olunur. Onlar müəyyən keyfiyyət parametrləri ilə əmtələrə təsbit olunmuş razılaşma və ya preyskurant qiymətləri özündə əks etdirir.

2) Mə'lumat qiymətləri. Bu qiymətlər kataloqlarda, preyskurantlarda, jurnallarda, qəzetlərdə, mə'lumat kitabçalarında və iqtisadi məcmuələrdə dərc olunur. Onlar oxşar məhsula qiymət qoyularkən və yaxud qiymətlərin səviyyə və nisbətlərini təhlil edərkən təxmini yönümlü informasiya kimi istifadə olunur.

3) Preyskurant qiymətləri. Onlar mə'lumat qiymətləri şəklində olub satış firmasının preyskurantlarında dərc olunur.

4) Faktiki sövdələşmə qiyməti. Bu qiymətlərdə bazis qiymətinə görə müxtəlif əlavə və ya güzəştlərin tətbiqi nəzərə alınır.

5) İstehlak qiyməti. Bu qiymət alıcının təkcə mə'mulətə əldə etməsi və daşınmasına çəkdiyi xərcləri deyil, həm də onun istismarı xərclərini xarakterizə edir.

Göndərmə və satış şərtlərinə görə qiymətlər aşağıdakı kimidir:

1) Netto-qiymət — alqı-satqı yerində qiymət

2) Brutto-qiymət (faktura qiyməti) — Alqı-satqı şərtlərini nəzərə almaqla müəyyən olunan qiymət (əmtələr üzrə vergilərin növü və həcmi, güzəştlərin mövcudluğu və səviyyəsi, "franko" növü və sığorta şərti)

"Franko" termini onu göstərir ki, əmtənin satıcıdan alıcıya hərəkəti yolunda malgöndərən hansı məntəqəyə qədər nəqliyyat xərclərini ödəyir. Məsələn, franko-satıcı anbarı şərti göstərir ki, göndərmə üzrə bütün xərcləri alıcı, franko-istehlakçı anbarı onu göstərir ki, bütün xərcləri satıcı ödəyir.

Qiymətlərin frankolaşdırılması dedikdə məhsulun istehsalçılardan istehlakçılara çatdırılması xərclərinin qiymətlərdə uçotu qaydaları başa düşülür. Franko növlərinə görə aşağıdakı qiymət növləri fərqləndirilir:

1. Franko-anbar-istehsalçı (malgöndərən) və ya istehsal yerində FOB qiyməti. Bu qiymət növünün tətbiqi zamanı məhsulun göndərilməsi xərcləri qiymətlərə daxil edilməyərək istehlakçı tərəfindən ödənilir.:

2. Franko-vaqon göndərmə stansiyası. Onun tətbiqi zamanı məhsulun göndərmə stansiyasına çatdırılması xərcləri qiymətlərə daxil edilir, qalan xərclər istehlakçı tərəfindən ödənilir;

3. Franko-vaqon-tə'yinat stansiyası.

4. Franko-anbar-istehlakçı. Bu qiymət növünün tətbiqi zamanı bütün tədavül xərcləri qiymət elementinə çevrilirlər.

Qiymət sisteminin mühüm tərkib elementlərindən biri də dünya bazar qiymətləridir. Dünya bazarında xarici ticarət fəaliyyətini həyata keçirərəkən aşağıdakı əsas qiymət növlərini fərqləndirirlər;

1) FAS və ya FOB ixrac qiymətləri. Bu qiymətlər üzrə ixracatçı firma idxalçıya əmtəni gəmiyə qədər nəqliyyat xərclərini daxil etməklə FAS qiymətinə, ya da gəmiyə yükləmə xərclərini daxil etməklə FOB qiymətinə satır.

2) SİF idxal qiymətləri özündə FOB qiymətindən əlavə yüklərin idxalçı və ya ixracatçı ölkələrin sərhədlərinə qədər daşınması və sığorta xərclərini birləşdirir.

3) kontrakt qiymətləri tərəflərin razılığına görə bir qayda olaraq dövlətlərarası və ya hökumətlərarası ticarət müqavilələri əsasında müəyyən edilir. Onlar müvafiq göndərmə və ödəmə şərtləri ilə müəyyən keyfiyyətli əmtəyə həqiqi qiymət səviyyəsini əks etdirir.

Lakin, kontrakt qiymətləri haqqında mə'lumatlar adətən kommersiya sirri olduğundan onlar haqqında mə'lumat əldə etmək çətin olur.

4) birjada tə'yin edilən qiymətlər, hərracların və ticarət təşkilatlarının qiymətləri. Birjada tə'yin edilən qiymətlər keyfiyyəti, həcmi və göndərmə müddəti vahid şəkllə salınmış şəraitdə həyata keçirilən real kontraktların qiymətləridir.

5) iri firmaların təklif qiymətləri və faktiki sövdələşmə qiymətləri. Təklif qiymətlərini bə'zən sorğu qiymətləri də adlandırırlar. Bu qiymətlər adətən sövdələşmə bağlanarkən aşağı salınırlar. Odur ki, faktiki sövdələşmə qiymətləri təklif qiymətlərindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər.

6) Beynəlxalq sövdələşmələrdə iştirak edən ölkələrin daxili topdansatış qiymətləri.

Onlar idxal və ya ixrac qiymətlərindən gömrük rüsumları və vergilərin kəmiyyəti qədər fərqlənirlər.

Hər hansı bir qiymət müəyyən üsürlərdən ibarətdir. Xidmət göstərilən dövriyyənin xarakterinə görə qiymətin növündən asılı olaraq bu tərkib dəyişə bilər, daha doğrusu, qiymətə müxtəlif üsürlər daxildir. Qiymətlərin ayrı-ayrı üsürlərinin faizlə və yaxud vahiddəki payları ilə ifadə olunmuş nisbəti qiymətin quruluşunu təşkil edir.

Qiymətin quruluşunun hesablanması onların əsaslandırılmasının müəyyənləşdirilməsində mühüm mərhələ təşkil edir, qiymətin ayrı-ayrı üsürlərinin əhəmiyyəti, onların səviyyə və dinamikası haqqında fikir söyləməyə imkan verir. Xüsusilə də bu cür hesablama oxşar və qarşılıqlı əvəz oluna bilən əmtəələrə qiymətlərin müəyyənləşdirilməsində daha vacibdir.

Qiymətin quruluşunu nəzərdən keçirərkən, hər şeydən əvvəl, müəssisənin buraxılış qiymətinin quruluşu üzərində dayanmaq lazımdır. Öz iqtisadi məzmununa görə bu qiymət istehsal-texniki tə'yinatlı məhsulların bir çox növləri üçün son qiymət sayılır. Onun tərkibinə tam maya dəyəri və mənfəət daxil edilir.

Məhsulun tam maya dəyəri onun istehsalına və reallaşdırılmasına çəkilən xərclərlə müəyyən edilir. Həmin xərclərin siyahısını müəyyən edərkən məhsulun maya dəyərinə daxil edilən xərclərin tərkibi haqqında Əsasnaməni və mənfəətdən vergi tutularkən nəzərə alınan maliyyə nəticələrinin formalaşması qaydası haqqında Əsasnaməni rəhbər tutmaq lazımdır.

Məhsulların istehsalçı müəssisədən istehlakçılara doğru hərəkət etdirilməsi prosesində müxtəlif vasitəçi təşkilatlar iştirak edə bilərlər. Vasitəçi təşkilatlar istehsalçı müəssisədən məhsulu topdansatış partiyalarla alırlar və onları digər müəssisələr və ya ticarət təşkilatlarına yenidən satırlar. Öz xidmətlərinə görə vasitəçi təşkilatlar ya buraxılış qiymətlərinə məhsul istehlakçıları tərəfindən ödənilən əlavələr qoyurlar, yaxud da malgöndərən müəssisələr tərəfindən buraxılış qiymətlərinə qoyulan güzəştlər əldə edirlər.

Qiymətin ən mühüm üsürlərindən biri də vergilərdir. Əvvəllər qiymətin tərkibinə özündə dövlətin mərkəzləşdirilmiş xalis gəlirini əks etdirən vahid bir vergi — dövriyyə vergisi daxil edilirdi. Hal-hazırda dövriyyə vergisi bir sıra vergilərlə: aksizlərlə, ƏDV-lə, xüsusi vergilərlə və s. ilə əvəz olunub.

Bütün vergilər vergi dərəcələri şəklində mərkəzləşdirilmiş qaydada qoyulur. Lakin onların hesablanması metodikası müxtəlifdir, bununla əlaqədar olaraq həm qiymətin özünün, həm də onun quruluşunun müəyyən edilməsi prosesi mürəkkəbləşmişdir.

Əmtəə son istehlakçıya çatdırılarkən ticarət təşkilatları tərəfindən pərakədə satış qiymətlərindən istifadə olunur. Onların tərkibinə yuxarıda sadalanan (maya dəyəri, mənfəət, vergilər, vasitəçi təşkilatların əlavə və güzəştləri) və buraxılış bazar qiyməti altında birləşdirilməsi mümkün olan üsürlərdən başqa ticarət əlavələri də daxil edilir.

MÖVZU 2. QIYMƏTƏMƏLƏGƏLMƏNİN METODLARI

PLAN:

- 2.1. Qiymətlərin əmələ gəlməsinin metodologiyası haqqında anlayış
- 2.2. Qiymətəmələgəlmənin əsas (bazis) metodları
- 2.3. Qiymətəmələgəlmədə marketinq prinsipinin tətbiqi
- 2.4. Qiymətlərin əmələ gəlməsinin alternativ metodları

2.1. Qiymətlərin əmələ gəlməsinin metodologiyası haqqında anlayış.

Qiymətlərin əmələ gəlməsinin metodologiyası qiymətəmələgəlmə konsepsiyasının işlənilib hazırlanması, qiymətlərin müəyyən edilməsi və əsaslandırılması, qiymət sisteminin formalaşdırılması, qiymətəmələgəlmənin idarə olunması üzrə ümumi qaydaların, prinsip və metodların məcmuundan ibarətdir. Onun əsasında qiymət strategiyası işlənilib hazırlanır. Metodika isə həmin strategiyanın reallaşdırılması üçün konkret tövsiyyə və vasitələrdən ibarətdir. Odur ki, metodika metodologiyasının tərkib elementidir.

Qiymətdə qoyma təcrübəsində çoxlu sayda metodlardan istifadə olunur. Hər hansı metodun və ya metodlar qrupunun tətbiqi zəruriliyi isə aşağıdakı şərtlərlə əlaqədardır:

Məhsulun qiyməti onun təkrar istehsalı xərclərini tam əks etdirməlidir;

Əmtəələrin keyfiyyətində və istehlak faydalılığında olan fərqlər qiymətlərin səviyyəsində ciddi uçota alınmalıdır.

2.2. Qiymətəmələgəlmənin əsas (bazis) metodları

Qiymətlərin əmələ gəlməsinin metodlarını iki qrupa — əsas (bazis) və alternativ metodlara ayırırlar.

Əsas (bazis) metodlar qrupuna aşağıdakılar aiddir:

- a) xərc metodları (xərc metodu, aqreqat metod və normativ metod);
- b) parametrik metodlar (bal metodu, xüsusi göstəricilər metodu və regressiv təhlil metodu);
- v) normativ-parametrik metodlar.

Aqreqat metodunda mə'mulatin ayrı-ayrı konstruktiv hissələrinin və ya qovşaqlarının maya dəyəri və ya qiymətləri cəmlənir və original qovşaqların (detalların) dəyəri isə bunun üzərinə daxil olunur. Bu metod o vaxt tətbiq edilir ki, yeni məhsul əsas konstruktiv elementlərin (qovşaqların, komplektləşdirici mə'mulatlardan) müxtəlif birləşmələrindən ibarət olur, qiymət və maya dəyərləri mə'lumdur, məhsulların məcmu qiyməti və maya dəyəri isə ayrı-ayrı konstruktiv elementlərin maya dəyərinin (qiymətlərinin) cəmi kimi hesablanır və əlavə olunan və ya növbələşən elementlərin (qovşaqların, komplektləşdirmə mə'mulatlardan) qiymət və ya maya dəyərlərinin cəmlənməsi yolu ilə müəyyən edilir.

Normalaşdırılmış göstəricilər metodu. Normalaşdırılmış göstəricilər — verilmiş parametrik sıranın hər bir mə'mulatu üzrə maya dəyəri və ya qiymət kəmiyyətinin əsas keyfiyyət parametri qiymətinə bölünməsindən alınan qismətdir.

$$M_{B_H}(\partial_n) = \frac{M_{B_a}(\partial_e)}{n};$$

burada $M_{B_H}(\partial_n)$ — əsas parametrin hər vahidinə normalaşdırılmış maya dəyəri (qiyməti), manatla; $M_{B_a}(\partial_e)$ — mə'mulat vahidinin maya dəyəri (qiyməti), manatla; P — müvafiq ölçü vahidləri ilə mə'mulatın əsas parametrinin qiyməti.

Əgər verilmiş parametrik sıranın məhsulları istehsalına xərclərin tərkibində komplektləşdirici mə'mulatların dəyərinin (M_{B_k}) xüsusi çəkilərinə kəskin fərqlər müşahidə olunarsa, onda komplektləşdirici mə'mulatların dəyəri çıxılmaqla parametrin hər vahidinə normalaşdırılmış maya dəyərini (M_{B_H}) tətbiq etmək olar:

$$M_{D_H} = \frac{M_{D_a} - M_{D_k}}{n},$$

Yeni mə'mulata həmin metodla qiymətin müəyyənləşdirilməsinin zəruri şərti bazis əmtəəsinə nisbətən yeni məhsulun baş parametri vahidinə qiymətin (xərclərin) nisbi aşağı salınması sayılır, yə'ni

$$\frac{M_{D_j}(\partial_j)}{n_j} < \frac{M_{D_k}(\partial_k)}{n_k},$$

burada P_b, P_j — müvafiq olaraq bazis və yeni mə'mulatın əsas parametrinin qiymətləri.

Bal metodunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehlakçı üçün mə'mulatın parametrlərinin əhəmiyyətinin ekspert qiymətləndirilməsi əsasında hər bir parametmə müəyyən miqdarda, cəmləndikdə mə'mulatın texniki-iqtisadi səviyyəsinin integral qiymətlənməsinə uyğun gələn miqdarda bal verilir. Yeni mə'lumat üzrə balların cəmini etalon mə'mulatın bir balının dəyər qiymətləndirilməsinə vurmaqla yeni mə'mulatın təxmini qiyməti müəyyənləşdirilir. Qiymətləndirilən parametrləri istehlakçı üçün eyni mə'na kəsb etməyən yeni mə'mulatın qiyməti aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\partial_B = \sum_{i=1}^n (z_{Hi} V_i) \cdot \partial',$$

burada Q_y — yeni mə'mulatın qiyməti; n — qiymətləndirilən parametrlərin sayı; B_{Hi} — yeni mə'mulatın i -ci parametrinin bal qiymətləndirilməsi; V_i — yeni mə'mulat i -ci parametrinin çəki əmsalı Q_n' — etalon mə'mulatın bir balının orta qiyməti (dəyər göstəricisi) Balın orta qiyməti (Q') aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\partial' = \frac{\partial_k}{\sum_{i=1}^n (z_{\delta i} V_i)},$$

burada Γ_{δ} — baza etalon mə'mulatın topdansatış qiyməti; $B_{\delta i}$ — baza etalon mə'mulatın i parametrinin bal qiyməti.

Əgər qiymətləndirilən parametrlər istehlakçı üçün eyni əhəmiyyət kəsb edirsə, onda yeni mə'mulatın qiyməti aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\partial_j = \sum_{i=1}^n z_{Hi} \cdot \partial^{\odot},$$

Balla qiymətləndirilən göstəricilərin sayı məhdud dərəcədə olmalıdır. Lakin o qədər olmalıdır ki, mə'mulatın istehlak xassələrini tam xarakterizə edə bilsin. Məhdud

dərəcədə göstəricilərin götürülməsi onunla bağlıdır ki, çoxlu göstərici götürəndə onlardan hər biri nisbətən aşağı xüsusi çəkiyə malik olur və beləliklə də hər bir göstəricinin yaxşılaşdırılması səviyyəsi aşağı düşür. Mə'mulat həтта hər hansı bir konkret çox mühüm göstəricisinin ən aşağı keyfiyyət səviyyəsinə malik olsa belə, balların ümumi cəminə görə yaxşı qiymətləndirilə bilər.

Korrelyasiya-reqressiya təhlili metodu özündə iki metodun — korrelyasiya metodunun və reqressiya təhlili metodunun vəhdətini birləşdirir.

Korrelyasiya təhlili öyrənilən əlamətlər arasında əlaqə göstəricilərinin: cüt korrelyasiyanın xətti əmsalı, xüsusi korrelyasiya əmsalları, məcmu çoxluq korrelyasiyası əmsalı, determinant əmsalı göstəricilərinin hesablanması yolu ilə əlaqələrin mövcudluğunu və gücünü müəyyən etməyə imkan verir.

Reqressiya təhlili bir və ya bir neçə amilli əlamətlərin dəyişməsi ilə nəticə əlamətinin orta hesabla necə dəyişəcəyini müəyyən etməyə imkan verir. Əlamətlər arasında asılılıq mexanizinin analitik öyrənilməsi aşağıdakı şəkildə ifadə olunur: $y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$.

Tədqiqatın məqsədi əlaqənin xarakterini, $X_1, X_2, \dots, X_n$ arqumentlərinin y funksiyasına tə'sir dərəcəsini açmaqdan ibarətdir. Burada $X_1, X_2, \dots, X_n$ — faktor əlamətləri, y — nəticə əlamətidir.

2.3. Qiymətməhləgəlmədə marketing prinsipinin tətbiqi

Firmalar qiymətə dəyişkən amil kimi baxır və onun səviyyəsinin tə'yin olunmasına çox ehtiyatla yanaşırlar. Qiymətlərin əhlə gəlməsi problemini həll edərkən firma bu məsələyə üç əsas baxımdan yanaşır.

Qiymətlərin müəyyən edilməsində nəzərdə tutulan əsas müləhizələr

Minimum	Mümkün qiymət			Maksimum
Əgər qiymət hədddən artıq aşağı olsa, mənfəət əldə etmək qeyri-mümkündür	Məhsulun maya dəyəri	Rəqiblərin qiyməti və əvəz edilə bilən əmtəənin qiyməti	Əmtəənin nadir üstünlükləri	Əgər, qiymət çox yüksək olsa, tələbin bu qiymətdə formalaşması qeyri-mümkündür

Minimum qiymət məhsulun maya dəyərinə görə, maksimum qiymət əmtəənin hansısa nadir xüsusiyyətləri olduqda müəyyən olunur. rəqəbətə olan əmtəələrin qiyməti və əvəz edilə bilən əmtəələrin qiyməti orta səviyyəni verir.

Geniş şəkildə qiymətlərin hesablanmasını aşağıdakı kimi göstərə bilərik.

Qiymətlərin hesablanması modeli

Qiymətin əhlə gəlməsi məsələsinin qoyuluşu	Tələbin müəyyən edilməsi	İstehsal xərclərinin qiymətləndirilməsi	Rəqiblərin qiymət və əmtəələrinin təhlili
Qiymətin əhlə gəlməsi metodunun seçilməsi	İlkin qiymətin hesablanması	Əlavə müləhizələrin uçotu	Son (əsas) qiymətin tə'yin edilməsi

Firmalar qiymətlərin hesablanması bu və ya digər metodunu seçərkən yuxarıda göstərdiyimiz üç mülahizədən heç olmazsa birinə istinad edirlər. Hər hansı metoddan istifadə edərkən firma əmtənin qiymətini düzgün müəyyən etdiyinə əmin olur.

2.4. Qiymətlərin əmələ gəlməsinin alternativ metodları.

Qiymətlərin müəyyən olunmasının alternativ metodları özündə aşağıdakıları birləşdirir:

1. Qiymətlərin istehsal xərclərinə görə müəyyən olunması;
2. Qiymətlərin tələbə meyllilik əsasında müəyyən olunması;
3. Qiymətlərin rəqabətə meyllilik əsasında müəyyən olunması (və ya hərəkətdə olan qiymət səviyyələrinə görə);
4. Qiymətlərin istehsal xərcləri ilə bazardakı vəziyyət arasındakı tapılmış tarazlığa (tələbə, rəqabətə) görə müəyyən olunması.

Hər bir metodu ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirək.

Qiymətlərin istehsal xərclərinə görə müəyyən edilməsi. Bu metodun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehsalçı firma əmtənin qiymətini maya dəyəri və mənfəət (orta maya dəyəri və orta mənfəət) baxımından müəyyən edir.

Topdansatış və pərakəndə satışa gəldikdə isə, onların hər biri əldə etdikləri əmtələrə qiymət təyin etdikdə, bu əmtələrin alınmasına ödənilmiş xərclər maya dəyəri kimi çıxış edir. Mənfəət isə maya dəyərinə və yaxud satış qiymətinə qoyulmuş qiymət əlavələri formasında çıxış edir.

Bu metod qiymət səviyyəsini ölçməyə imkan verir. Qiymət bu səviyyədən aşağı müstəsna hallarda və müəyyən vaxtda (məsələn, firmanın bazara daxil olma strategiyası həyata keçirildikdə, bazar payının böyük hissəsini əldə saxladığında) düşə bilər. Qiymətlərin xərclərə görə müəyyən edilməsi bazar iqtisadiyyatı şəraitində ikili aparılır: tam istehsal xərcləri əsasında və son istehsal xərcləri əsasında. Qiymətləri tam istehsal xərcləri əsasında müəyyən etdikdə həm birbaşa dəyişən xərclər, həm də daimi xərclər nəzərə alınır. Qiymətləri son xərclərə görə müəyyən etdikdə ancaq bilavasitə əmtə istehsalına yönəldilən son birbaşa xərclər nəzərə alınır.

Qiymətlərin ancaq dəyişən birbaşa xərclərə görə müəyyən edilməsi firmaya güclü rəqabət şəraitində verilmiş əmtəyə daha aşağı qiymət səviyyəsi təyin etməyə, bunun hesabına satışı genişləndirməyə və mənfəət əldə etməyə imkan yaradır.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, qiymətlərin ancaq son xərclər bazasına görə əsaslandırılmasını eyni zamanda firma tərəfindən buraxılan bütün məhsullar (əmtələr) üçün istifadə etmək olmaz, ona görə ki, əsas xərclər firmanın ümumi mədaxilində yerləşdirilmişdir.

Belə yanaşma qiymətlərin müəyyən edilməsində “orta qiymət” strategiyasının əsasını təşkil edir.

Bu metodun tətbiq edilməsinin əsas şərti zaman məfhumu baxımından sabitliyi və yaxud onun çox kiçik dəyişməsidir. Göstərdiyimiz metod sadəlik baxımından fərqlənir. O, çox geniş tətbiq olunur, bu da bir çox səbəblərdən irəli gəlir. Birincisi, istehsal xərcləri haqqında məlumat tələbə görə daha müəyyən və dəqiqdir. İkincisi, əgər

qiymətin tə'yin edilməsinin bu metoduna bütün firmalar müraciət edirlərsə, qiymətlər oxşar olacaqdır və bu halda qiymət rəqabəti minimuma enəcəkdir. Üçüncüsü, çoxları qiymət hesablanmasının “orta istehsal xərcləri + mənfəət” metodunu həm alıcılar, həm də satıcılar üçün daha ədalətli sayırlar.

Yüksək tələb şəraitində satıcılar alıcıların hesabına varlanmırlar, bununla yanaşı ədalətli mənfəət normasını götürmək üçün imkanlarını itirmirlər.

İstehsal xərclərinə görə qiymətin əmələ gəlməsi metoduna qiymətin zərərsizlik təhlili əsasında hesablanması və məqsədli mənfəətin tə'min olunması aid edilir. Firma həmişə öz əmtəsinə elə qiymət qoymağa çalışır ki, istənilən həcmli mənfəət əldə edə bilsin.

Qiymətin istehsal xərclərinə görə müəyyən edilməsi aşağıdakı çatışmamazlıqlara malikdir:

1. Qiymət alıcıların əmtəyə vermək istədiklərindən yuxarı və aşağı ola bilər, çünki əmtəyə tələb amili nəzərə alınmır.

2. İstehsalçılar onu qəbul etmək istəmirlər ki, qiymət bazarı tə'min etmək məqsədilə dəyişib, istehsal xərclərindən düz asılı olmaya bilər.

3. İstehsalçılar çox vaxt qiymətləri son istehsal xərclərinə görə yox, tam istehsal xərcləri əsasında, gözlənilən xərclərə görə yox, hazırkı dövrdəki xərclər əsasında qururlar.

4. İstehsalçılar bazar segmentləşdirilməsini və alıcıların qiymətə münasibətləri sualını nəzərə almırlar.

5. İstehsal xərclərinə görə qiymətlərin əmələ gəlməsində istehsalçılar yeni növ məhsul istehsal etməyə o qədər də maraq göstərmirlər, bunu elmi axtarış işlərinə və əmtəənin ilkin mərhələdə bazara çıxarılmasına çəkiləcək xərclərin qeyri vacibliyi ilə izah edirlər.

6. İstehsalçılar qiymətdən faydalı kommersiya vasitəsi kimi istifadə etmirlər və bununla öz fəaliyyət azadlıqlarını məhdudlaşdırırlar.

Bir çox iqtisadçılar tərəfindən bu metod köhnəlmiş və qeyri-effektiv sayılır, amma buna baxmayaraq təcrübədə çox vaxt tətbiq olunur.

Qiymətlərin tələbə əsaslanaraq müəyyən edilməsi. Bu metoda görə əmtəənin qiyməti tələbə görə, (yə'ni alıcı bu əmtəədən nə qədər və neçəyə almaq istəyir) müəyyən olunur. Qiymətin həddi tələbin dəyişməsindən asılı olur. Yüksək qiymət o vaxt və o yerdə qoyulur ki, orada yüksək tələb olsun. Aşağı qiymət isə tələb aşağı olduqda qoyulur. Burada hər iki halda istehsal xərcləri eyni ola bilər. Qiymətlərin tələbə görə müəyyən etdikdə istehsal xərcləri, əmtəənin qoyulmuş qiymətlə və planlı mənfəət gətirə biləcəyini göstərən, həd amili kimi çıxış edir.

Bu metodla qiymətlər müəyyən olunduqda istehsalçı belə bir mövqedən çıxış edir ki, alıcılar əmtəənin qiymətilə özlərinin əmtəyə verdikləri qiyməti əlaqələndirir və bunu eyni əmtəəni istehsal edən firmaların uyğun göstəricilərilə tutuşdururlar.

Göstərmək lazımdır ki, bu metod bazarda qarşılıqlı əvəz edilə bilən əməllər olduqda daha yaxşı istifadə olunur. Belə ki, alıcılar bu əmtəələri bir-birilə tutuşdurub, özləri üçün bir nəticə əldə edirlər. Oxşar əlamətlərin diferensiasiyası istehlak xüsusiyyətləri (qablaşdırma, dizayn zövq, lazım olan vaxtda əmtəənin təklif olunması və yerinə çatdırılması) əsasında həyata keçirilə bilər.

Əmtənin differensiasiyası çox vaxt ondan asılı olur ki, firma öz əmtəsinə elə xüsusiyyətlər verməyə qabildir ki, alıcı bunlarda özü üçün lazımlı bir şey görə bilsin. Əmtənin differensiasiyası dərəcəsi nə qədər çox olsa, qiymətin elastikliyi bir o qədər çox olar.

Məhsulun differensiallaşması ilə bazarın differensiasiyası bir-biri ilə sıx əlaqədardır. Onun əsasında duran ilkin şərt odur ki, firma alıcıların bircinsli bazarı ilə deyil, onun bir neçə sektorları ilə işləyir. Bu sektorların hər birinin alıcıları əmtəələrin və xidmətlərin ayrı-ayrı xassələrini müxtəlif cür qiymətləndirirlər. Bazarın uğurlu differensiasiyası potensial alıcıların diqqətini əmtənin müxtəlif keyfiyyət xassələrinə cəlb etməkdən ibarətdir.

Göstərilən metod firmaya bazara çıxardığı yeni əmtəə üçün “yüksək qiymət strategiyasını” həyata keçirməyə və bunun vasitəsilə əmtəni yüksək qiymətləndirən alıcılardan yüksək mənfəət götürməyə imkan verir. “Yüksək qiymət” (qaymaq yığıcı) strategiyası əmtənin bəyənilməsi və əlverişli qiymət səviyyəsinə tədriclə yaxınlaşmaq üçün səmərəli strategiya ola bilər. Əgər yüksək qiymət münasib satış həcmi vermirsə, onda firma satışın yolunu arzu olunan səviyyədə olana qədər qiyməti aşağı sala bilər. Bu strategiya firmaya bazarın digər segmentlərini öyrənməyə, əmtənin keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq üçün vasitələr əldə etməyə, əmtənin hazırlanma texnologiyasını yeniləşdirməyə imkan verir.

“Yüksək qiymət” siyasəti aşağıdakı şərtlərdən birinə riayət olunması zamanı yaxşı nəticələr verir:

a) daha aşağı qiymətlə böyük miqdarda məlumatların satışından gələn mədaxil itkisi əvvəlki ilə müqayisədə cüz’idirsə;

b) böyük olmayan partiya ilə əmtəə buraxılışında məhsulun bir vahidinə çəkilən xərclər, istehsal güclərinin tam yüklənməsi zamanı xərclərin səviyyəsini çox da ötmürsə;

v) yüksək və normal qiymətlər arasında fərq böyük deyilsə; bu da rəqiblərin bazara daxil olması yolunu bağlayır (mə'lumdur ki, yüksək qiymət başqa firmaların həmin əmtəə istehsalına nəzərini cəlb edə bilər).

Qiyməti müəyyən edərkən tələbə əsaslanmaq firma eyni cür məhsul buraxdıqda, qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsullar olmadıqda mənasız olur.

Tələbi nəzərə alaraq qiymət qoymaq üçün həmişə bazarı öyrənmək, qiymətlərlə tələb arasındakı asılılığı tələbin qiymətə görə funksiyası və tələbin qiymətə görə elastiklik əmsalları (düz xətlər, ayrılar) əsasında işləyib hazırlamaq lazımdır.

Qiymətlərin rəqabətə meyllilik əsasında müəyyən olunması. Bu metodun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehsalçı qiymətləri müəyyən edərkən, bilavasitə rəqabətə istinad edir və öz əmtəələrinə yaxın və güclü rəqibinin əmtələri qiymətindən yuxarı və ya aşağı qiymət qoyur. Bu metod ilk növbədə bircinsli əmtəələr satılan bazarlarda tətbiq olunur. Rəqabət amilinin qiymət həddinə təsir etməsi bazarın quruluşundan, bazarda mövqe tutmuş şirkətlərin sayından və tipindən asılıdır. Göstərdiyimiz metodda firmalara xərclərin miqdarı və ya tələb dəyişdikdə belə öz qiymətlərini dəyişmirlər. Ona görə ki, rəqiblər öz qiymətlərini dəyişməyiblər. Və əksinə, rəqiblər qiyməti dəyişdikdə, firma xərclərin miqdarı dəyişməz qaldıqda belə, qiyməti dəyişir.

Güclü rəqabət şəraitində rəqibin qiyməti dəyişməsinə firma çox cəld reaksiya verməlidir. Bununla əlaqədar olaraq firmalar, adətən əvvəlcədən hazırlanmış qərarlar

proqramına malik olurlar ki, lazım olduğu vaxtda tez və çətinlik çəkmədən fəaliyyət göstərə bilsinlər.

Qiymətlərin istehsal xərclərilə bazardakı vəziyyət arasındakı tapılmış tarazlığa tələbə, rəqabətə görə müəyyən edilməsi.

Bu metod öz-özlüyündə göstərdiyimiz üç metodun əlaqələndirilməsindən ibarətdir və bir çox mərhələlərdən əmələ gəlir.

Birinci mərhələdə firma mümkün satış həcmi, istehsal xərclərini qəbul edilmiş kriteriya əsasında mənfəətin kütləsini təyin edir, əmtəə vahidinin qiymətini hesablayır.

İkinci mərhələdə firma tələbin qiymətə görə funksiyası əsasında ayrı-ayrı “qiymət-satış həcmi” kombinasiyalarını təhlil etmək yolu ilə satışın müxtəlif taktikalarını işləyib hazırlayır, bu da ona daha çox mənfəət əldə etməyə imkan verir.

Üçüncü mərhələdə firma rəqib-əmtəələrlə müqayisədə, texniki-iqtisadi üstünlük və ya çatışmamazlığın üzə çıxartmaq yoluyla, öz əmtəəsinin bazardakı möhkəmliyini qiymətləndirir. Məhsulun rəqabət qabiliyyətliyi parametrik metodlarla yoxlanılır. Bu metodlar bizə firma tərəfindən istehsal xərcləri bazasında hesablanmış qiymət səviyyəsinin eyni məhulların bazar qiymətlərində münasibətdə necə uyğunlaşmasını aşkar etməyə imkan yaradır.

Dördüncü mərhələdə firma təkrarən “qiymət-satış həcmi” kombinasiyalarını işləyir. Ancaq o bunu əvvəlki mərhələdə aşkar edilmiş rəqib amilləri ciddi nəzərə almaqla edir. “Qiymət-satış həcmi” kombinasiyaları içərisindən elə variant seçilir ki, o firmaya maksimum mənfəət təmin edir və bazar qiymətləri sisteminə daha uyğundur.

MÖVZU 3. QIYMƏTƏMƏLƏGƏTİRƏN AMİLLƏR

PLAN:

- 3.1. Qiymətəmələgəlmənin xərc amilləri
- 3.2. Qiymətəmələgəlmənin gəlir amilləri
- 3.3. Qiymətəmələgəlmənin vergi amilləri
- 3.4. Qiymətəmələgəlmə prosesinin xarici amilləri

3.1. Qiymətəmələgəlmənin xərc amilləri

Məlumdur ki, maya dəyəri məhsulların istehsalı və reallaşdırılmasına çəkilən xərclərin pulla ifadəsidir. O, mürəkkəb quruluşa malikdir. Ona görə də bu sualın öyrənilməsində maya dəyərinin ayrı-ayrı növləri (sex, istehsal, tam və ya kommersion, fərdi və sahə) nəzərdən keçirilməli, onların formalaşması sxemi ardıcıl olaraq auditoriyaya çatdırılmalıdır.

Məhsulun maya dəyərinin müəyyənləşdirilməsinin əsasını maya dəyərinə daxil edilən xərclərin strukturu təşkil edir. Maya dəyərinə daxil edilən xərclərin tərkibi haqqında Əsasnamə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 16 avqust 1996-cı il tarixli qərarı ilə təsdiq edilmişdir. Həmin Əsasnaməyə görə məhsulun (işin, xidmətin) maya dəyərini əmələ gətirən xərclər iqtisadi məzmununa görə aşağıdakı element üzrə qruplaşdırılır:

- 1) Material xərcləri (qaytarılan tullantıların dəyəri çıxılmaqla);

- 2) Əmək haqqı xərcləri;
- 3) Əsas fondların amortizasiyası (köhnəlməsi) xərcləri;
- 4) Sosial ehtiyaclara ayırmalar;
- 5) Sair xərclər.

Məlum olduğu kimi məhsul vahidinin maya dəyərinin iqtisadi baxımdan hesablanması kompleks sistemi maya dəyərinin kalkulyasiyası adlandırılır.

Maya dəyərinin kalkulyasiyasının özünəməxsus məqsəd və vəzifələri, mərhələləri, prinsip və metodları vardır. Onların hərtərəfli izah edilməsi, mövzunun öyrənilməsində xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, qiymətlərin səviyyə və nisbətlərinin müəyyən edilməsi, düzgünlüyü ilk növbədə onların formalaşmasının ilkin əsası olan maya dəyərinin düzgün hesablanmasından asılıdır.

Mənfəət müəssisədə maddi və əmək resurslarından, eləcə də əsas vəsaitlərdən istifadə hesabına formalaşır. Bəzən sahibkarlıq riskinin də istehsalın təşkilində rolunun yüksək olmasını nəzərə alaraq onu dördüncü amil kimi qiymətləndirirlər. Lakin o əslində dördüncü amil deyil və göstərilən resurslardan səmərəli istifadəni şərtləndirən vasitələrdən biridir.

Qiymət səviyyəsi və mənfəət arasında sıx qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Məlumdur ki, əmtəəlik məhsulun reallaşdırılmasından əldə olunan mənfəət aşağıdakı kimi müəyyən edilir.

$$M_t = \sum qz - \sum qP_{\text{dəy}} - F$$

burada — q — istehsalın həcmi; z — məhsul vahidinin qiyməti; $\sum qP_{\text{dəy}}$ — müəssisənin dəyişən xərclərinin ümumi məbləği; F — müəssisənin sabit xərclərinin ümumi məbləğidir.

(5.1) düsturunda “ənənəvi” mənfəət göstəricisindən istifadə olunmuşdur. Bundan başqa ümumi mənfəət göstəricisi də məlumdur ki, o da əmtəəlik məhsulun reallaşdırılmasından əldə olunan mənfəətlə sabit xərclərin cəmindən ibarətdir, yəni

$$\dot{M}_t = M_t + F$$

Zərərsizlik nöqtəsində əmtəəlik məhsulun reallaşdırılmasından əldə edilən mənfəət sıfıra bərabər olacaqdır.

$$\dot{M}_t = 0 + F = \text{və ya } F = qz - qP_{\text{dəy}}$$

burada, $qz = qP_{\text{dəy}} + F$, əgər $F = qP$ sabit kimi ifadə olunarsa

$$qz = qP_{\text{dəy}} + qP_{\text{sabit}}$$

$$\text{və } z = P_{\text{dəy}} + P_{\text{sabit}}$$

(3.4) düsturunun əks etdirdiyi vəziyyət yalnız reallaşdırılmış istehsal həcminə uyğun dəyişən xərclərin deyil, həm də müəssisənin bütün sabit xərclərinin müvazinətləşdirildiyi anı göstərir. Bu vəziyyətin iqtisadi xarakteristikası, qiymətlərin minimum səviyyəsinin və marjinal mənfəətin müəyyənləşdirilməsi qaydaları mövzunu öyrənərkən diqqət mərkəzində olmalıdır.

Məlumdur ki, müəssisədən mənfəətin kəmiyyəti rentabellik səviyyəsindən asılı olaraq dəyişir. Ona görə də müəssisənin aktivliyinə və məhsulun tam maya dəyərinə əsasən rentabelliğin hesablanması metodları da öyrənilməlidir.

3.2. Qiymətməhləgəlmənin gəlir amilləri

Maya dəyəri göstəricisinə sahibkarın xərclərinin hamısı daxil edilmir. İqtidcıların fikrinçə maya dəyəri ən mürəkkəb göstəricidir.

Qiymət səviyyəsi, maya dəyəri və mənfəət arasında ayrılmaz əlaqə vardır.

Əmtəlik məhsulun satışından əldə olunan mənfəət aşağıdakı düsturla müəyyənləşdirilir:

$$M_{CM} = CM - TM_{CM},$$

burada M_{CM} — əmtəlik məhsulun satışından əldə olunan mənfəət; CM — aksiz vergilərsiz və ƏDV-siz əmtəlik məhsulun satışından əldə olunan pul vəsaiti; TM_{CM} — əmtəlik məhsulun tam maya dəyəri;

Həmin düsturu acaraq, satılmış məhsulun tərkibini göstərərək aşağıdakı kimi vermək olar:

$$M_{CM} = \sum qz - \sum qp,$$

burada q — əmtənin müəyyən olunmuş növünün satılmış miqdarı; z — hər bir əmtənin qiyməti; $\sum qz$ — satılmış məhsulun həcmi; P — əmtənin müəyyən olunmuş növünün tam maya dəyəri; $\sum qp$ — satılmış məhsulun tam maya dəyəri.

$M_{CM} = \sum q(z-p)$ düsturu sübut edir ki, mənfəət iki amildən asılıdır: satılmış əmtənin miqdarından, görülmüş işlərin həcmindən, göstərilmiş xidmətlərdən və onların hər növünün mənfəətliliyinin səviyyəsindən və həmçinin qiymətin səviyyəsindən, məhsul vahidinə (iş və xidmətlərin vahidinə) düşən istehsal xərclərindən asılıdır.

Əmtələr öz “ömrürləri” ərzində bir necə mərhələlər keçirlər ki, hər mərhələdə xərclərin səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi, xərclərin tərkibi, əmtəyə tələb, onun müəyyən qiymətlərə satmaq imkanları müxtəlif olur. Sahibkarların (satıcıların) bu zaman fəaliyyətləri öz vəziyyətlərinin möhkəmləndirilməsinə yönəldilməlidir.

Qiymətin səviyyəsinin seçilməsi vaxtı istehsalçı (satıcı) əldə olunan mənfəəti nəinki sabit saxlamağa, eyni zamanda onu artırmağa çalışır.

Bazara çıxarılan yeni əmtəyə qiymətlər yüksək qoyulur. Biznesmenin psixologiyasına əsaslanan obyektiv və subyektiv şərtlənmə, xərclərin (çari, eynivaxtlı) kifayət qədərliyi və s. ilə əlaqədardır.

3.3. Qiymətməhləgəlmənin vergi amilləri

Məlum olduğu kimi əlavə dəyər vergisi və aksizlər Azərbaycan Respublikasının 31 dekabr 1991-ci il tarixli müvafiq qanunları ilə tətbiq olunmağa başlamışdır. Qanunda göstərildiyi kimi əlavə dəyər vergisi (ƏDV) məhsulların, iş və xidmətlərin istehsal prosesində yaranan və onlar satıldıqca formalaşan dəyər artımının bir hissəsinin büdcəyə alınması formasıdır. Aksizlər isə qiymətlərin tərkibinə daxil olan və alıcılar tərəfindən ödənilən dolaylı vergilərdir.

Cəlb olunması üsuluna fərdi və universal aksizlər fərqləndirilir.

Mövzuda ƏDV, aksizlər və onların növləri, eləcə də tədiyyəçiləri barədə ətraflı məlumat verilməlidir.

Nəzərə alınmalıdır ki, istər ƏDV-nin, istərsə də digər vergi növlərinin hesablanması ilkin mərhələsi vergiyə cəlb edilən dövriyyənin müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

Aksizlər iki qaydada müəyyən edilir:

a) Tənzimlənən qiymətlərlə satılan məhsullar üzrə bu halda Nazirlər kabineti tərəfindən məhsul və xidmət növləri üzrə təsdiq olunmuş aksiz dərəcələri əsas götürülür.

b) sərbəst qiymətlərlə satılan məhsullar üzrə — sərbəst qiymətlərə nisbətən faizlə;
Məsələn.

1) Məhsulun müəssisə topdansatış qiyməti — p man;

2) Sərbəst qiymətlərə nisbətən faizlə aksiz dərəcəsi — n .

3) Məhsulun sərbəst buraxılmış qiyməti — $S = \frac{p \cdot 100}{100 - n}$

4) Büdcəyə ödəniləcək aksiz məbləği — $N = S - p$

Digər qaydalar da göstərildiyi kimi öyrənilməlidir.

Xarici ölkələrin təcrübəsində vergilər 2; 4; 6; 8; və daha çox dərəcələr üzrə differensiallaşdırılır. Burada, məhsul növünə olan tələbin həcmi, onun dəyişməsi meylləri və məhsulların sosial əhəmiyyətliyi nəzərə alınır. Beləliklə, vergi dərəcələri dəyişilməklə qiymət səviyyələri də tənzimlənir. Mövzuda bu məsələ daha ətraflı öyrənilməlidir.

Əlavə dəyər vergisinin əsas xüsusiyyəti odur ki, onun məbləği satılmış mallar müqabilində istehlakçılardan alınmış əlavə dəyər vergisinin məbləği ilə material resurslarına, yanaçağa, işlərə və xidmətlərə görə mal satanlara ödənilmiş verginin məbləği arasındakı fərq kimi müəyyən edilir. Hesablaşma sənədlərində verginin məbləği ayrıca sətirdə göstərilir.

Ümumiyyətlə qeyd etmək lazımdır ki, qiymətlərin səviyyə və quruluşuna mənfəətdən vergi, əlavə dəyər vergisi (ƏDV) və aksizlər əhəmiyyətli tə'sir göstərilir.

Aksizlər — malların (işlərin, xidmətlərin) satış qiymətinə daxil edilən və istehlakçılar tərəfindən ödənilən vasitəli vergi növüdür.

Aksizlərə görə büdcə ilə hesablaşmalar aksizli malların (işlərin, xidmətlərin) satışı üzrə tərtib edilmiş yekun çədvəlinin mə'lumatları əsasında aparılır.

3.4. Qiymətməhləgəlmə prosesinin xarici amilləri

Müəssisələrdə qiymətlər haqqında qəbul edilən qərarlar bəzən onun fəaliyyəti ilə bağlı olmayan amillərdən — xarici amillərdən asılı olur. Onlar bəzən müəssisənin qiymətdəyişmə müstəqilliyini məhdudlaşdırır, bəzən onu olduqca genişləndirir və bəzən də ona elə bir ciddi təsir göstərmir. Həmin amillər qiymətdəyişmə prosesinin xarici amilləri olmaqla aşağıdakılardır:

a) Bazar mühiti;

b) Dövlət;

v) İstehlakçılar;

q) əmtəə hərəkəti kanalının iştirakçıları.

Müəssisənin fəaliyyətində bazar mühitinin əhəmiyyətli yer tutduğunu nəzərə alaraq onun üzərində xüsusi dayanmaq lazımdır. O, müxtəlif bazar strukturlarında (modellərində) davranış qaydalarının məcmusu kimi qiymətdəyişmə nöqtəyi-nəzərindən aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

1) qiymətlərə müəssisə tərəfindən nəzarət edilən bazar mühiti;

2) qiymətlərə müəssisələr qrupu tərəfindən nəzarət edilən bazar mühiti;

3) qiymətlərə bazar tərəfindən nəzarət edilən bazar mühiti;

4) qiymətlərə dövlət tərəfindən nəzarət edilən bazar mühiti;

Hər bir bazar mühitində müəssisələrin, xüsusən I və II mühitdə lider və autsayder müəssisələrin davranış qaydaları ətraflı şərh edilmişdir.

Dövlətin qiymətlərə təsirinin ümumiləşdirilmiş şəkildə üç səviyyəsi (dərəcəsi) fərqləndirilir:

Təsbit edilən qiymətlər	Tənzimlənən qiymətlər	Sərbəst (müqavilə) qiymətlər
D ö v l ə t i n r o l u		
Dövlət özü təyin edir	Fiziki və hüquqi şəxslərin rəhbər tutduqları qanun və qərarları işləyib hazırlayır	Bazarda (sahədə) inhisarlaşmanın qarşısının alınmasına yönəldilən davranış qaydalarını müəyyən edir
Müəssisənin qiymətdoyma müstəqilliyinin dövlət tərəfindən məhdudlaşdırılması formaları		
Preyskurantların daxil edilməsi; Qiymət səviyyəsinin “don-durulması”; İnhisar qiymətlərinin təsbit olunması.	Qiymətlərin son həddinin müəyyən edilməsi; Qiymət əlavələrinin son həddinin müəyyən edilməsi; Qiymət elementlərinin kəmiyyətinin reqlamentləşdirilməsi; Qiymətlərin birdəfəlik yüksəliş əmsalının müəyyən edilməsi; Dövlət müəssisələrində qiymətdoyma yolu ilə qiymətlərin tənzimlənməsi	Qiymət ayrı-seçkiliyinin qadağan edilməsi; Qiymətin üfqi və şaquli təsbitləşdirilməsinin qadağan edilməsi; Dempinqin qadağan edilməsi; “Ədalətsiz” qiymət reklamının qadağan edilməsi.

Qiymətdoyma müstəqilliyinin qiymət qrupları üzrə məhdudlaşdırılması formalarının hər birinin mahiyyəti, tətbiqi zəruriliyi və şəraiti, eləcə də müsbət və mənfi təsirləri barədə geniş izahat verilməlidir.

MÖVZU 4. QIYMƏTƏMƏLƏGƏLMƏDƏ TƏLƏB VƏ TƏKLİF TƏHLİLİNİN ƏSASLARI

PLAN:

- 4.1. Tələb və təklif funksiyalarının formalaşmasına qiymət amilinin təsiri
- 4.2. Tələbin və təklifin qiymət və qeyri-qiymət determinantları
- 4.3. Tələbin qiymətlərə və gəlirlərə görə elastikliyin müəyyən edilməsi
- 4.4. Tələbin qiymət elastikliyi amilləri

4.1. Tələb və təklif funksiyalarının formalaşmasına qiymət amilinin təsiri

Məlumdur ki, əmtəyə olan tələbin həcmi müəyyən şərtlərlə vaxt vahidi ərzində ayrıca bir şəxsin və ya bütövlükdə əhəlinin almaq arzuladığı həmin əmtəənin miqdarıdır. Bu şərtlərlə verilmiş əmtəənin qiyməti, digər əmtəənin qiyməti, istehlakçı zövqü və üstünlük vermə qabiliyyəti aiddir.

Tələbin həcmi onu müəyyən edən amillərdən asılılığını tələb funksiyası adlandırırlar. O, ümumi şəkildə aşağıdakı kimi verilə bilər.

$$Q_{DA} = f(P_A, P_B, \dots, P_Z, N, V, Z \dots),$$

burada, Q_{DA} — vaxt vahidində A əmtəəsinə olan tələbin həcmi;

P_A — A əmtəəsinin qiyməti;

$P_B, \dots, P_Z$ — digər əmtəələrin qiyməti;

N — alıcıların sayı;

V — alıcıların gəlir səviyyəsi;

Z — istehlakçı zövqü;

$\dots$ — tələbin həcminə təsir göstərən amillərdir.

Əgər verilmiş əmtəənin qiymətləri başqa tələbin həcminə təsir göstərən bütün digər amilləri təsbit olunmuş şəkildə saxlasaq, onda tələb funksiyasından onun qiymətindən asılılığını xarakterizə edən qiymətdən asılı tələb funksiyasına keçmək olar:

$$Q_{DA} = f(P_A),$$

Qiymətdən asılı tələb funksiyası üç üsulla — cədvəl, analitik və qrafik üsulla ifadə oluna bilər ki, onların şərhı üzərində xüsusən dayanmaq lazımdır.

Təklif həcmi dedikdə müəyyən şərtlərlə vaxt vahidi ərzində satıcıların satmaq arzuladığı hər hansı bir əmtəənin miqdarı başa düşülür.

Təklif həcmi onu müəyyən edən amillərdən asılılığını təklif funksiyası adlanır və aşağıdakı kimi ifadə olunur

$$Q_{SA} = f(P_A, P_B, \dots, P_Z, L, T, H, \dots),$$

burada Q_{SA} — vaxt vahidi ərzində A əmtəəsinin təklifi həcmi; P_A — A əmtəəsinin qiyməti; $P_B, \dots, P_Z$ — digər əmtəələrin və resursların qiymətləri; L — A əmtəəsinin istehsalında tətbiq edilən texnologiyayı xarakterizə edən kəmiyyət; T — vergi və dotasiyaları xarakterizə edən kəmiyyət; H — təbii iqlim şəraitini xarakterizə edən kəmiyyət.

Əgər verilmiş əmtəənin qiymətindən başqa təklifin həcmi müəyyən edən digər amilləri saxlasaq, onda təklif funksiyasından qiymətdən asılı təklif funksiyasına keçmək olar.

$$Q_{SA} = f(P_A),$$

Qiymətdən asılı tələb funksiyası kimi qiymətdən asılı təklif funksiyasına da üç üsulla — cədvəl, analitik və qrafik üsulla vermək olar.

Tələb və təklifin qarşılıqlı təsirini öyrənərkən nəzərə alınmalıdır ki təklif artıqlığının, tələb artıqlığının və əmtəənin taraz həcmi formalaşması mümkündür.

4.3. Tələbin və təklifin qiymət və qeyri-qiymət determinantları.

İstər tələbin və istərsə də təklifin həcminə spesifik qiymət və qeyri-qiymət determinantları təsir edir. Burada qiymət ən əsas determinant rolunu oynayır. Qeyri-qiymət determinantlarını aşağıdakı kimi təsvir etmək olar.

Tələb determinantları.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, qiymət determinantı ilə yanaşı qeyri-qiymət determinantları da mövcuddur ki, bazar tələbinə təsir edir. Bunlardan əsasları aşağıdakılardır:

1. Alıcıların zövqü və ya müəyyən məhsul növünə üstünlük verməsi;
2. bazarda alıcıların sayı;
3. istehlakçıların pul gəliri;
4. bir-birilə əvəz olunan əmtəələrin qiymət fərqləri;
5. gələcək qiymət və gəlirə görə istehlakçı gözləməsi.

İndi də qeyri-qiymət determinantlarının tələbin səviyyəsinə təsirinə nəzər salaq.

1. **İstehlakçı zövqünə** texnoloji dəyişiklik nəticəsində yeni məhsul növlərinin meydana gəlməsi təsir edir. Məsələn, arifmometrın meydana gəlməsi praktiki olaraq hesablama çötkəsinə tələbi ləğv etdi, eləcə də elektrik hesablama maşınlarının meydana gəlməsi arifmometrə olan tələbi ləğv etdi.

2. **Alıcıların sayı.** Məlumdur ki, bazarda alıcıların sayı artdıqca tələb də artır, əksinə, azaldıqca tələb də azalır. İnkişaf etmiş ölkələrin ticarət idarələri çalışırlar ki, digər dövlətlər ticarət maneələrini aradan götürsün ki, onların mallarına tələb artsın.

3. **Gəlir.** İstehlakçıların pul gəliri artdıqca, onların tələbi də artır. O, daha bahalı şeylər də almağa çalışır. Əksinə, azaldıqca o, gündəlik tələbat mallarına qane olur.

4. **Bir-birilə əvəz olunan məhsulların qiymətləri.** Bir-birilə əvəz olunan məhsullardan birinin qiymətinin qalxması, həmin məhsula tələbin azalmasına və digərinə olan tələbin artmasına səbəb olur. Məsələn, kərə yağın qiymətinin qalxması marqarin yağına tələbi artırır.

Başqa cür də olur, bir-birilə əlaqədar əmtəələrdən birinin qiymətinin aşağı düşməsi həmin məhsula tələbi artırdığı kimi, onunla əlaqədar məhsula da olan tələbi artırır. Məsələn, benzin. Onun qiyməti aşağı düşdükcə maşından daha çox istifadə olunur. Nəticədə benzinə və eyni zamanda sürtkü yağlarına da tələb artır.

5. **Gözləmə.** Qiymət və gəlir amilinə görə istehlakçı gözləməsi tələbi azalda və ya artırır bilər. Məsələn, qiymətlərin tez-tez artması istehlakçıların tələbini artırır, əksinə qiymətin düşməsinin gözlənilməsi cari tələbi azaldır.

Tələbin dəyişməsilə tələbin səviyyəsi dəyişməsinə qarışdırmaq olmaz. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, tələbin dəyişməsi onun azalması və ya artmasını əks etdirir. Yəni tələb əyrisi üzrə gah sola (tələb artır), gah da sağa yerini dəyişir (tələb azalır).

Tələbin həcm dəyişməsi isə o deməkdir ki, hərəkət daim tələb əyrisi üzərində gedir. Yəni bir «qiymət-məhsul miqdarı» kombinasiyasından digərinə və əksinə hərəkət edir. Tələbin həcm dəyişməsinin əsas səbəbi mövcud məhsul üzrə qiymətlərin dəyişməsidir.

Təklif determinantları.

İstənilən məhsulun təklifi həcmnin artırılmasında qiymət ən əsas determinant rolunu oynayır. Lakin bununla yanaşı, qeyri-qiymət determinantları da mövcuddur. Əsas qeyri-qiymət determinantlarına aşağıdakılar daxildir:

1. resursların qiymətləri;
2. vergilər və dotasiyalar;
3. istehsal texnologiyası;
4. digər əmtəələrin qiymətləri;
5. qiymət dəyişməsinin gözlənilməsi;
6. bazarda satıcıların sayı.

Həmin determinantlardan hər hansı birinin dəyişməsi təklif əyrisinin dəyişməsinə səbəb olur.

İndi isə qeyri-qiymət determinantlarının təklifin həcminə tə'sirinə nəzər salaq.

1. **Resursların qiyməti.** Təkliflə istehsal xərci arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Firma hər bir əlavə məhsula görə daha yüksək qiymət qoymalıdır. Məsələn, əgər toxumun, kübrənin qiyməti aşağı düşərsə, təklif artır və əksinə, artarsa, məhsul istehsalı xərci artır və təklifin səviyyəsini aşağı salır. Dəmir filizi və koksun qiymətinin qalxması poladın istehsal xərcini artırır və polad təklifinin azalmasına gətirib çıxarır.

2. **Texnologiyanın təkmilləşdirilməsi** ilə istehsal resurslarına qənaət olunur. Nəticədə istehsal xərci aşağı düşür və təklif artır.

3. Müəssisədə **vergilərin çoxu** istehsal xərcini artırır və təklifi aşağı salır. **Dotasiya** faktiki olaraq istehsal xərcini aşağı salır və təklifi artırır.

4. **Digər əmtəələrin qiymətlərinin dəyişməsi** təklifi dəyişdirir. Məsələn, ətin qiymətinin qalxması fermeri məcbur edir ki, o, ət istehsalını artırsın və əksinə. Yə'ni inhisar qiymətlərinin qarşısı alınarsa, fermer çalışar ki, istehsalın genişləndirilməsi hesabına öz gəlirini artırsın. Bu da bolluq deməkdir.

5. **Gözləmə.** Qiymət dəyişməsinin gözlənilməsi (qiymətin aşağı düşməsinin ehtimal olduğu halda) istehsalçıyı məcbur edir ki, istehsal etdiyi məhsulu mümkün qədər tez bir zamanda reallaşdırsın.

6. **Satıcıların sayı.** Bazarda nə qədər çox satıcı olsa, təklif də bir o qədər çox olar.

4.4. Tələbin qiymətlərə və gəlirlərə görə elastikliyinin müəyyən edilməsi metodları

Məlum olduğu kimi, əmtəyə bazar tələbinin səviyyəsi birinci növbədə satış qiymətindən asılıdır. Bununla bərabər, hər bir ayrıca əmtəə üzrə tələb həcmi dəyişməsinin qiymət səviyyəsinin dəyişməsindən asılılığı müxtəlif ola bilər və çox vaxt da tələbin mütləq həcmi deyil, onun qiymət dəyişməsinə reaksiyasını müəyyən etmək vacibdir.

Tələb həcmi dəyişməsinin qiymət dəyişmələrindən asılılığının ölçülməsi bir dəyişənin digərinə təsir dərəcəsinin göstəricisi kimi elastiklik anlayışının tətbiq olunmasını tələb edir. Ənənəvi olaraq onun ölçülməsinə müxtəlif növlü elastiklik əmsalları xidmət edir. Elastiklik əmsalının iqtisadi mənası bundan ibarətdir ki, o, qeyri-asılı dəyişənin bir faiz dəyişməsi nəticəsində asılı dəyişənin (bu halda tələb həcmi) neçə faiz dəyişməsinə göstərir. Qeyri-asılı dəyişən kimi, burada verilmiş əmtəənin qiyməti, digər əmtəələrin qiymətləri, gəlirin səviyyəsi və s. götürülə bilər. İlk dəfə 1881-1882-ci illərdə bu anlayışı iqtisadiyyat elminə əlavə edib tədqiq edən A.Marşall olmuşdur.

Tələbin elastikliyi haqqında məlumatlar qiymət dəyişmələri haqqında qərarlar qəbul edərkən lazımdır. Bu, həm kommersiya səmərəsi və həm də əhəlinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi nöqtəyindən əsaslandırılmış siyasətin həyata keçirilməsinə imkan verir. Bu məlumatlardan istifadə edilməsi qiymətlərin dəyişməsinə istehlakçı reaksiyasını aşkara çıxarmağa, istehsalı tələbin dəyişməsinə hazırlamağa, bazarın tənzimlənməsini həyata keçirməyə imkan verir.

Elastikliyə misal olaraq, iqtisadiyyatda qiymətə görə tələb elastikliyi göstərmək olar. O göstərir ki, qiymətin bir faiz dəyişməsi ilə tələbin kəmiyyəti neçə faiz dəyişəcəkdir. Elastiklik əmsalı bərabərdir tələb kəmiyyətinin nisbi (faiz) dəyişməsi bölünsün qiymətin nisbi (faiz) dəyişməsinə və yaxud: $E_x = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P}$, burada Q — tələbin kəmiyyəti, P isə qiymətdir. Bir qayda olaraq qiymətə görə tələb elastikliyi mənfidir: qiymətin artması ilə tələbin kəmiyyəti aşağı düşür.

Elastiklik əmsallarının bir neçə növü mövcuddur: tələbin qiymət üzrə birbaşa elastiklik əmsalı, tələbin qiymət üzrə çarpaz elastiklik əmsalı, gəlirə elastiklik əmsalı. Eyni zamanda qiymət üzrə təklif əmsallarını da fərqləndirirlər.

Elastiklik əmsalının bir neçə növü vardır: birbaşa elastiklik əmsalı, çarpaz elastiklik əmsalı, tələbin gəlirə görə elastikliyi əmsalı, təklifin qiymətə elastikliyi əmsalı.

Tutaq ki, tələb funksiyası aşağıdakı şəkildə verilmişdir:

$$Q_1 = f(P_1)$$

Burada Q_1 — verilmiş əmtəyə tələbin həcmi, P_1 — verilmiş əmtənin qiyməti.

Fərz edək ki, qiymət P_2 səviyyəsinə qədər dəyişdi və bu da tələb həcmnin Q_2 -yə qədər dəyişməsinə səbəb oldu.

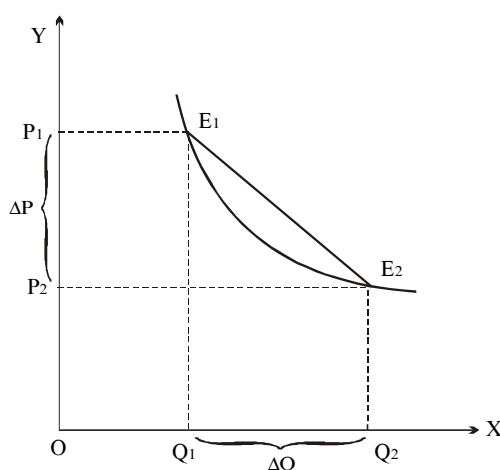
Məlumdur ki, elastiklik əmsalı qiymət dəyişmələri nəticəsində tələbin mütləq dəyişməsini deyil, nisbi dəyişməsini ifadə edir. Ona görə də biz onu aşağıdakı yazı bilərik:

$$I_i = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_2} : \frac{P_1 - P_2}{P_2} = \frac{\Delta Q}{Q_2} : \frac{\Delta P}{P_2}$$

Və yaxud

$$I_i = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} : \frac{P_2 - P_1}{P_1} = \frac{\Delta Q}{Q_1} : \frac{\Delta P}{P_1}$$

Bu vəziyyəti qrafik 4.7-də nəzərdən keçirək.



Qövsə elastikliyin müəyyən edilməsi

Fərz edək ki, göstərilən tələb funksiyasına üzərində E_1 və E_2 nöqtələri kimi ixtiyari götürülən əyri uyğun gəlir. Burada E_1 nöqtəsi R_2 və Q_2 tələb həcmi ilə xarakterizə olunur. Aydınır ki E_1 nöqtəsindən E_2 nöqtəsinə keçərkən qiymət R_1 səviyyəsindən R_2 səviyyəsinə qədər enir, tələbin həcmi isə Q_1 -dən Q_2 -yə qədər artır.

Buradan isə alınır ki, elastiklik əmsalı aşağıdakı kimi müəyyən oluna bilər:

$$I_i = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Bu, verilmiş əmtəənin qiymətinin dəyişməsi ilə həmin əmtəəyə tələbin dəyişməsini xarakterizə edən qiymət üzrə tələbin birbaşa elastiklik əmsalıdır.

Yuxarıda göstərilən düstur üzrə elastiklik hesablanarkən belə bir sual meydana çıxır: əgər bir halda ki, ΔQ və ΔR -nin qiymətləri həm qrafiki, həm də analitik olaraq eyni mənalı şəkildə tapılırsa, bu kəmiyyətlərin başlanğıc və son qiymətləri üzrə müəyyən olunursa və $\Delta Q = Q_1 - Q_2$; $\Delta R = R_1 - R_2$ kimi hesablanırsa, onda R və Q -nun hansı qiymətlərini: bazis (R_1 və Q_1) yoxsa yeni (R_2 və Q_2) qiymətləri çəki vahidi kimi götürmək olar? Aydınır ki, R və Q -nun müxtəlif qiymətlərinin tətbiq olunması müxtəlif nəticələrə gətirib çıxaracaqdır. Buna görə də elastiklik əmsalını hesablamaq üçün R və Q -nun qiymətləri orta nöqtələr qaydası üzrə hesablanır, daha doğrusu, verilmiş intervalda qiymət və tələbin orta qiymətlərindən istifadə olunur:

$$P = \frac{P_1 + P_2}{2}; \quad Q = \frac{Q_1 + Q_2}{2}$$

Onda (4.7)-ci düstur aşağıdakı şəkli olacaq:

$$I_i = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{Q_1 + Q_2}{P_1 + P_2}$$

Göstərilən düstur üzrə müəyyən edilən elastiklik əmsalı qövsvari elastiklik əmsalı adlanır. Verilmiş nöqtələrdən keçən istənilən tələb funksiyası qövsün özü müxtəlif formalarda olsa da, eyni qövs elastikliyi əmsalına malik olacaqdır. Başqa sözlə desək, hesablama zamanı tələb həcmi və qiymətin yalnız kənar qiymətləri və onlar arasında tələb funksiyasının real xarakteri nəzərə alınır.

Bu göstərici analitik olaraq verilmiş tələb funksiyası olmadıqda, tələb həcmi və qiymətin yalnız ayrı-ayrı qiymətləri olduqda hesablanır. Ona görə də qövs elastikliyi bəzən diskret elastikliyi də adlandırırlar.

Əgər tələb funksiyası kəsilməz xarakter daşıyarsa, onda qövs elastikliyi qövsün uzunluğu sıfıra yaxınlaşdığına görə qövs elastikliyinə son həddi kimi başa düşülən nöqtələrlə əvəz olunur. Bu halda

$$I_i = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} = \frac{\partial Q}{\partial P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Nəzərə almaq lazımdır ki, tələb qanunun fəaliyyəti ona gətirib çıxarır ki, həmişə ya qiymətlərin dəyişməsinin, ya da tələbin dəyişməsinin həcmi mənfidir. Ona görə də tələbin qiymət üzrə birbaşa elastiklik əmsalı hesablanan düstur qarşısında mənfə (-) işarəsi qoyula bilər ki, bununla da müsbət kəmiyyət alınar. Lakin bu cür yanaşma elastiklik əmsalının

ümumi müəyyən edilməsinə uyğun gəlmir. Ona görə də adətən, elastiklik əmsalının ədədi qiyməti qarşısında mənfi işarəsi inkar olunur və modul üzrə müəyyən olunur. Tələb qanunu yerinə yetirilmədiyi halda (Qiffen əmtəəsi) qiymət üzrə tələb əmsalı müsbət olur.

Elastiklik əmsalının kəmiyyəti tələb funksiyası asılılığından nəzərə cərpacaq dərəcədə fərqlənə bilər, belə ki, o, 0-dan ∞ -a kimi dəyişə bilər.

Yüksək qiymətlərdə tələb elastikdir, yəni tələbin dəyişməsi qiymət dəyişməsinə nisbətən daha yüksək sürətlə baş verir, aşağı qiymətlərdə isə qeyri elastikdir.

Bu fakta əsasən aşağıdakı bir neçə nəticələri çıxarmaq olar:

1. Elastiklik anlayışına çox ehtiyatla yanaşmaq lazımdır və mütləq göstərmək lazımdır ki, hansı qiymət səviyyəsində hesablamalar aparılır.

2. Elastiklik əmsalının kəmiyyəti tələb xətti üzrə hərəkətə görə aydın fərqləndiyindən, elastiklik əmsalının müəyyən edilməsinin yuxarıda göstərilən düsturunu yalnız cüzi qiymət dəyişmələrində tətbiq etmək lazımdır.

İndi isə elastiklik əmsalının istehlakçının davranışına nə cür təsir göstərməsinə baxaq. Burada bir neçə variantı qeyd etmək olar.

1. Əgər tələb tam elastikdirsə ($e=\infty$), onda qiymət aşağı düşdükdə alıcılar tələbin həcmi qeyri məhdud kəmiyyətdə artırır, qiymət yüksəldikdə isə əmtədən tamamilə imtina edirlər.

2. Tələb elastik olduqda ($e>1$) qiymətin aşağı düşməsi zamanı tələbin həcmi qiymət dəyişməsinə nisbətən daha yüksək sürətlə artır, qiymətin qalxması zamanı isə qiymətə nisbətən daha əhəmiyyətli ölçülərdə aşağı düşür.

3. Vahid elastiklik zamanı ($e=1$) tələbin həcmi, qiymətin dəyişmə sürəti kimi, lakin əks istiqamətdə dəyişir.

4. Əgər tələb qeyri-elastikdirsə ($e<1$), qiymət qalxarkən tələbin həcmi qiymət artımına nisbətən daha aşağı sürətlə azalır, qiymət düşərkən isə qiymətin enməsinə nisbətən daha yavaş artır.

5. Tələbin tam qeyri-elastikliyi zamanı istənilən qiymət dəyişmələrində tələbin həcmi qəti dəyişmir.

4.6. Tələbin qiymət elastikliyi amilləri.

Tələbin qiymət elastikliyi müəyyən edən amillər aşağıdakılardır:

1. Əvəzedici əmtələr nə qədər çox olarsa, tələb bir o qədər elastik olar. Buradan görmək olar ki, nə qədər çox aqreqatlaşdırılmış əmtəni nəzərdən keçirsək, bir o qədər elastiklik nisbətən aşağı olar. Belə ki, avtomobil üçün yanacağa ümumiyyətlə tələb az elastik ola bilər, lakin ayrı-ayrı benzin növlərinə tələb elastikdir. Yeyinti məhsullarının ayrı-ayrı növlərinə tələb elastikdir, kənd təsərrüfatı məhsullarına isə bütövlükdə az elastikdir. Əvəzedicisi olmayan əmtələrə (duza) tələb əslində (cüzi qiymət dəyişmələrində) qeyri-elastikdir.

2. İstehlakçı büdcəsində müəyyən əmtəyə məsrəflərin payı nə qədər yüksək olarsa, elastiklik də bir o qədər yüksək olar. Lakin bu arqument həmişə mütləq olaraq düzgün sayılmır. Əlbəttə, əgər əmtə istehlakçının ümumi məsrəflərində əhəmiyyətli paya malikdirsə, onda onun qiymətinin çox da böyük olmayan dəyişməsi həmin istehlakçının real gəlirinin nisbətən daha çox dəyişməsinə səbəb olacaqdır. Lakin bu, yalnız mütləq həcmlərə

aidir. Əgər istehlakda nisbi dəyişmə haqqında danışsaq (elastiklik haqqında danışanda biz məhz elə bunu nəzərdə tuturuq), belə fikirləşməyə əsas yoxdur ki, əmtəyə tələbin nisbi artması onun qiymətinin aşağı salınması səbəbindəndir. Ona görə ki, bu əmtəyə çəkilən xərclər istehlakçı büdcəsinin xeyli hissəsini təşkil edir. Ekstremal vəziyyətdə, əgər həmin əmtəyə xərclər büdcənin 100%-ni təşkil edərsə, onda tələbin ümumi qiymət elastikliyi böyük ola bilməz və təxminən 1-ə bərabər olacaqdır.

3. Müəyyən istehlakçı nöqteyi-nəzərindən onun üçün zəruri sayılan əmtələrə tələb elastikliyi digərlərindən aşağıdır. Odur ki, burada hər kəs üçün özünəməxsus meyarlar mövcuddur: siqaretin qiyməti qaldırılarkən bir qrup adamlar siqareti çəkməkdən imtina edirlər, digər qrup adamlar isə yox.

4. Elastiklik vaxt amilindən asılıdır. Qiymətdən asılı tələb elastikliyi uzun dövrdə qısa dövrə nisbətən olduqca yüksəkdir. Bu onunla şərtlənir ki, müəyyən vaxt ərzində əvəzedici əmtələrin istehsalı tapıla və mənimsəlinə bilər. Bu isə, həmin əmtəyə qiymət qaldırılarkən ona olan tələbin aşağı düşməsinə gətirib çıxaracaqdır. Eyni zamanda həmin əmtə istehlakının xətersiz olaraq ixtisar edilməsi üçün imkanlar da axtarılmalıdır. Məsələn, avtomobil üçün daha qənaətcil mühərrikin ixtira olunması benzinə olan tələbatın aşağı düşməsinə gətirib çıxarır və s.

5. Elastiklik əmtənin istifadə olunması imkanlarının müxtəlifliyindən asılıdır. Belə ki, bu müxtəliflik çox olduqca, tələb bir o qədər elastik olacaqdır.

6. Əmtəyə olan tələbin elastikliyi istehlakçı üçün həmin əmtənin əldə olunmasının tezlik dərəcəsindən asılıdır. Əgər onun istehlakı həmin istehlakçı nöqteyi-nəzərindən təxirə salınmazdırsa, onda bu əmtəyə tələb elastikliyi istehlakı daha gec müddətə keçirilə bilən əmtələrə nisbətən aşağı olacaqdır.

Buna tipik misal kimi bayram günlərində güllərin qiymətlərinin qalxmasını göstərə bilərik. Belə ki, bu zaman onlara olan tələb aşağı düşməyəcəkdir.

Qiymət siyasətinin formalaşması üçün elastiklik əmsalından istifadə edərkən mütləq onun hesablaşması vaxtını və yerini bilmək lazımdır.

Qiymətə görə tələbin elastiklik əmsalının kəmiyyətini bilməklə qiymət dəyişmələri zamanı istehlakçının ümumi xərclərinin və istehlakçının ümumi gəlirlərinin dinamikasını müəyyən etmək lazımdır. Məsələn, əgər müəyyən əmtəyə tələb elastikdirsə, qiymət artırılarkən istehsalçının gəliri və istehlakçının xərcləri necə dəyişəcəkdir. Mühakimənin gedişi bu halda aşağıdakı kimi ola bilər: tələb elastikliyi göstərir ki, qiymət dəyişmələri zamanı tələb həcmnin kəmiyyəti qiymətə nisbətən daha yüksək sürətlə dəyişir, daha doğrusu, qiymət qalxarkən tələbin həcmi onun artımına nisbətən daha sürətlə aşağı düşür. Beləliklə də, istehsalçının ümumi gəliri və istehlakçının ümumi xərcləri ixtisar olunacaqdır.

Başqa sözlə desək, qiymətə görə tələbin elastikliyi əmsalı vahiddən böyükdürsə ($\epsilon > 1$), onda qiymət artımı zamanı ($\Delta R > 0$), istehsalçı gəlirinin azalması ($\Delta TR < 0$) və istehlakçı xərclərinin ixtisar olunması ($\Delta TC < 0$) baş verəcəkdir.

MÖVZU 5. QIYMƏT SIYASƏTİ. QIYMƏTƏMƏLƏGƏLMƏNİN STRATEGİYASI VƏ TAKTİKASI

PLAN:

- 5.1. Qiymət siyasətinin məqsədləri və istiqamətləri, taktiki və strateji cəhətləri.
- 5.2. Qiymət strategiyasının iqtisadi məzmunu, növləri və tətbiqi şərtləri
- 5.3. Qiymət taktikası yaxud qiymətlərə düzəlişlərin edilməsi variantları

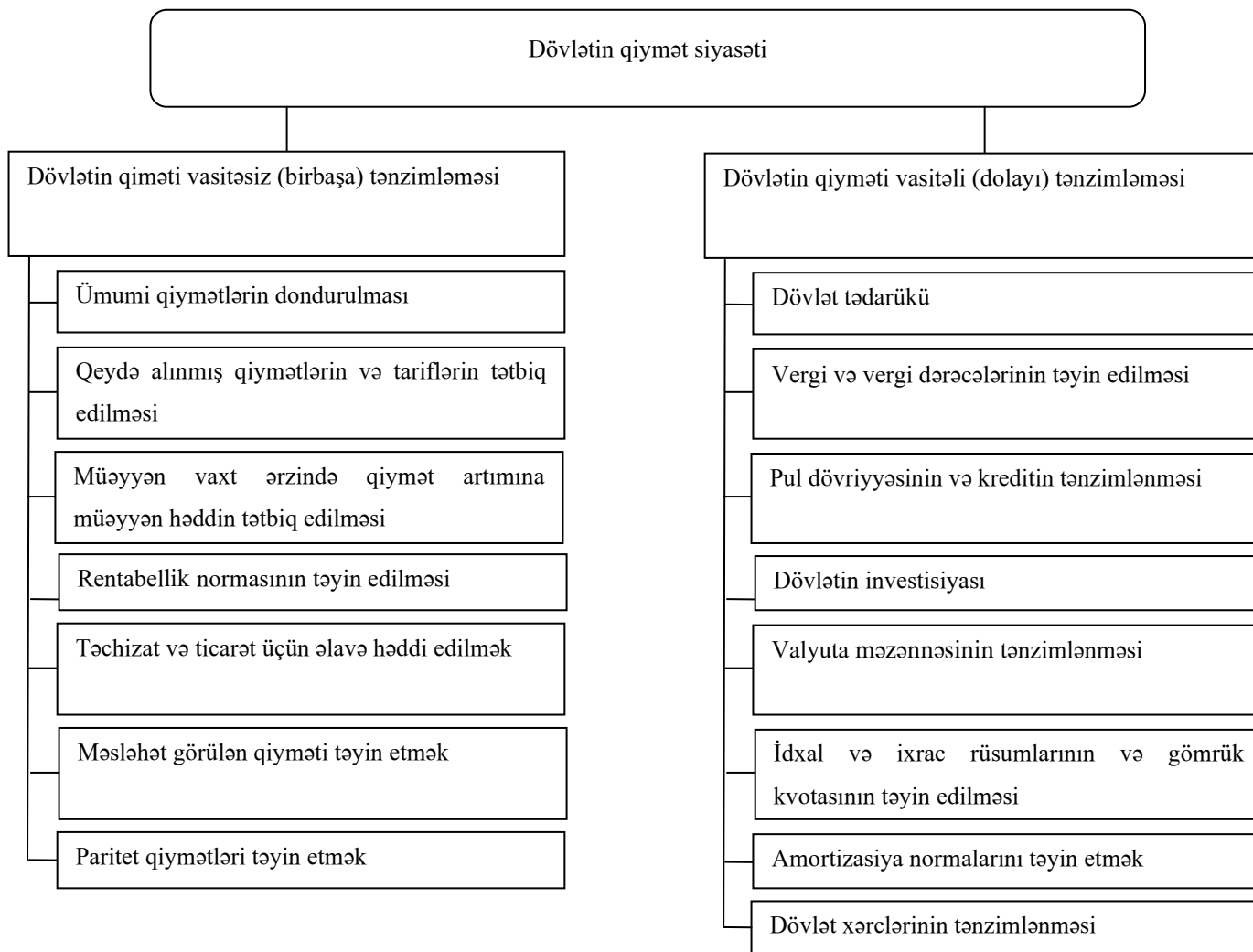
5.1. Qiymət siyasətinin məqsədləri və istiqamətləri, taktiki və strateji cəhətləri.

Qiymət siyasəti dedikdə əmtəə və xidmətlərə qiymətqoyma sferasında müəssisələrin rəhbər tutduqları ümumi prinsiplər başa düşülür. O, müəssisənin ümumi strategiyasının mühüm elementi kimi özündə həm strateji, həm də taktiki cəhətləri birləşdirir.

Müəssisənin hansı bazar mövqeyində olmasından asılı olmayaraq o müvafiq qərar variantlarını nəticələrini ciddi təhlil etmədən qiymətləri müəyyən etməyi məqbul saymaz. Bundan əlavə müvəffəqiyyətli müəssisələrin fəaliyyətinin təhlili göstərir ki, onlar bir qayda olaraq dəqiq qiymət siyasətinə və müəyyən qiymət strategiyasına malikdirlər.

Daha geniş şəkildə müəssisənin qiymət siyasəti onun rəhbərliyinin istehsal edilən əmtəələrə qiymətlərin qoyulması, saxlanılması və dəyişdirilməsi üzrə fəaliyyəti kimi müəyyən edilə bilər. Şübhəsiz ki, belə fəaliyyət müəssisənin məqsəd və vəzifələrinə nail olunması ilə bilavasitə əlaqədardır. Bu baxımdan ümumi şəkildə qiymətlər vasitəsilə müəssisənin nail olmaq istədiyi məqsədlər öyrənilməlidir.

Dövlətin qiymət siyasəti qiymətlərin tənzimlənməsində birbaşa və dolaylı metodların uyğunlaşdırılması yolu ilə həyata keçirilir.



5.1. Qiymət siyasətinin taktiki və strateji cəhətləri.

Qiymət siyasətinin strateji cəhəti qiymətlərin qoyulması və dəyişdirilməsi üzrə razılaşdırılmış tədbirləri əhatə edir. Bu tədbirlər müəssisənin bütün istehsal şəbəkəsinin fəaliyyətinin tənzimlənməsinə, istehsal edilən əmtəə və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin edilməsinə yönəldilir.

Qiymət siyasətinin taktiki cəhəti isə qısamüddətli və birdəfəlik xarakterli tədbirləri özündə birləşdirir. Onlar idarə heyətinin səhvləri, rəqiblərin davranışında yaxud bazarda qiymətlərin gözlənilməyən dəyişikliyi nəticəsində istehsal bölmələrinin fəaliyyətində yaranan uyğunsuzluqların aradan qaldırılmasına yönəldilir.

Müəssisə tərəfindən düzgün qiymət siyasətinin həyat keçirilməsi üçsəviyyəli iqtisadi təhlil əsasında, yəni bütövlükdə iqtisadiyyat səviyyəsində, sahə səviyyəsində və müəssisə səviyyəsində təhlil əsasında mümkündür.

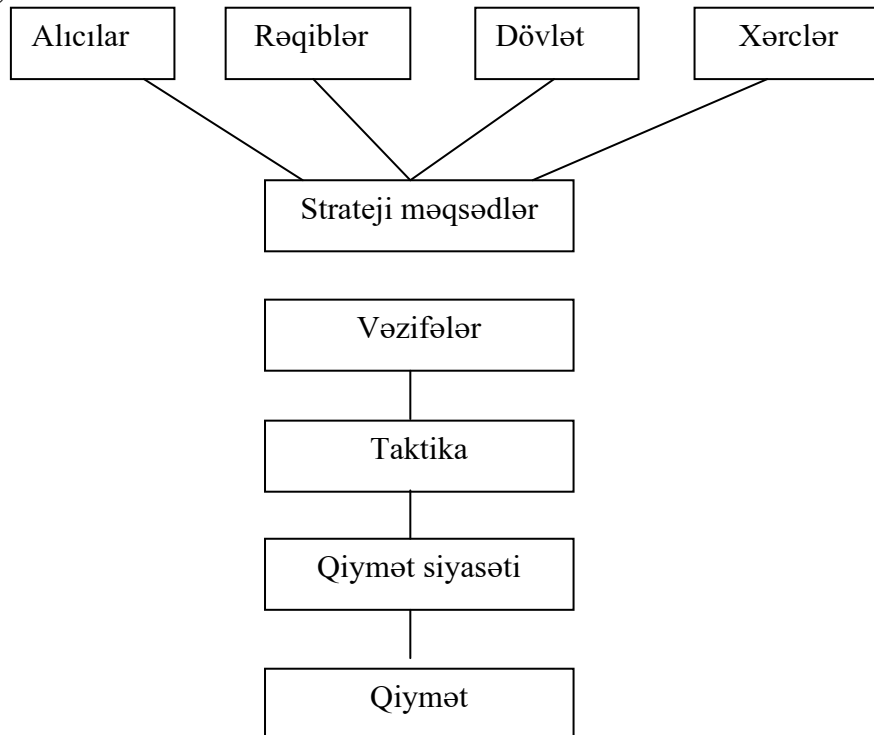
Qiymət siyasəti makrosəviyyədə iki istiqamətdə həyata keçirilir:

- daxili qiymət siyasəti;
- xarici qiymət siyasəti;

Daxili qiymət siyasəti əhalinin əsassız (süni) qiymət və tarif artımlarından müdafiəsinə, xarici qiymət siyasət isə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrdən maksimum

faydalanmağa xidmət edir. Bu məsələlərin reallaşdırılması mexanizminə mövzuda aydınlıq gətirilməlidir.

Göstərilənləri ümumiləşdirərək müəssisənin qiymət siyasətinin işlənilməsi prosedurasını aşağıdakı kimi ifadə etmək olar:

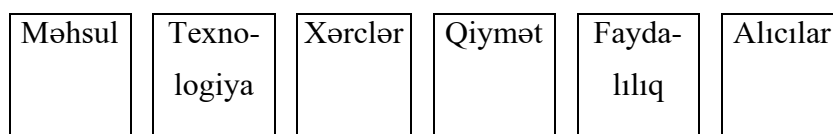


Müəssisə səviyyəsində qiymətlərin əmələ gəlməsində marketoloqlar və maliyyəçilər arasında müəyyən mübahisələr mövcuddur. Təcrübə göstərir ki, marketoloqlar əmtəəni onun uyğun olduğundan yüksək qiymətə almamağı arzu edən alıcıların maraqlarını müdafiə edirlər. Onların başlıca arqumenti ondan ibarətdir ki, belə tələblərə diqqət göstərən müəssisə öz kommersiya məqsədlərinə nail ola bilər.

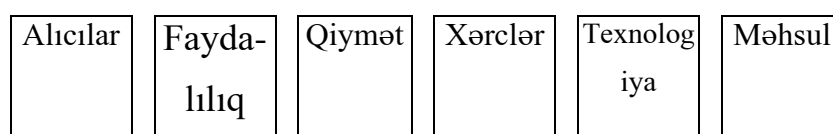
Maliyyəçilər əksinə, müəssisənin öz məhsulunu xərcləri ödəyən və mənfəət gətirən qiymətlərlə satması ideyasını dəstəkləyirlər.

Dəqiq desək, rəhbərliyin qiymətməmələgəlməyə iki alternativ yanaşma (xərc və faydalılıq) arasında dəqiq seçki aparmadığı müəssisələrdə adətən marketoloqlar və maliyyəçilər arasında qiymət siyasəti haqqında məsələlər üzrə mübahisələr yaranır.

I Xərc yanaşması



II Faydalılıq yanaşması



Qiymət siyasəti mütləq maksimal gəlir imkanlarını təmin etməlidir. Buna həm müvafiq satış həcmindən malın vahid tarif qiymətinin artırılması yolu ilə, həm də əvvəlki qiymət səviyyəsini saxlamaqla satışa çıxarılan məhsul həcmi yüksəltməklə mümkündür. Ona görə də qiymət qoyma siyasətinin formalaşdırılmasında müvafiq qaydada aşağıdakıları həll etmək lazımdır:

-aşağı qiymət səviyyəsində yüksək gəlir əldə etmək üçün məhsulun satış həcmi artırmaq və ya məhsulu daha yüksək qiymətə satmaqla böyük gəlir əldə etmək üçün bir az məhsulun istehsal həcmi azaltmaq lazımdır.

Göründüyü kimi, qiymətin yaranmasında iki müxtəlif yanaşma mövcuddur.

Birinci yanaşma ondan ibarətdir ki, bazarda verilmiş məhsulun istehsalı üçün müəssisənin çəkdiyi faktiki xərclər və həmin məhsulun sonrakı satışını əsas götürürlər. Həmin xərclər mühasibat sənədləri ilə təsdiq olunur. Ancaq bu yol ilə xərcləri müəyyənləşdirən, bütün istehsal sahələrində istehsal-satış üçün faktiki istehsal xərclərinə qiymət səviyyəsini müəyyənləşdirmək mümkündür. Verilmiş metodun köməyi ilə satış həcmi və qiymətin yaranmasını təyin etmək olar. Bu verilmiş metodun köməyi ilə satışın həcmi və ümumi gəliri müəyyənləşdirmək mümkün olsa da qiymətin yaranması mümkün deyildir. Elə də ola bilər ki, nəticə etibarilə məhsula (mala) təyin edilmiş qiymətlə məhsul heç kim tərəfindən alınmayacaqdır (nümunə üçün, zəif bazarlara yüksək qiymət təyin etməklə məhsul buraxmamaq, güclü bazarlar üçün aşağı həddə məhsul satışını təmin etmək. Bu cür bazarlarda yüksək tələbat sorğusuna müvafiq məhsulların satışı üçün təyin edilmiş qiymətlərin qaldırılması ümumi əldə olunan gəlirin artmasıdır. Nəticə etibarilə qeyd etmək lazımdır ki, xərcləmə metodu ilə qiymətin müəyyənləşdirilməsi üçün ilk yanaşma bazar vəziyyətinin öyrənilməsinə əsaslanmır. Bu istehsalçı firmanın daxili imkanlarından və onun istifadə etdiyi satış kanalından irəli gəlir.

5.2. Qiymət strategiyasının iqtisadi məzmunu, növləri və tətbiqi şərtləri.

İlkin qiymətləri müəyyən etdikdən sonra istehsalçıları bir neçə ardıcıl sual düşündürür: qiymətlər yüksələcək yoxsa aşağı düşəcək? Bu, proses axınlı və yaxud mərhələli olacaq? Qiyməti dəyişiklikləri onların maraqlarına nə dərəcədə uyğun olacaq? Bu suallara düzgün cavab vermək üçün qiymət strategiyasının işlənilməsi zəruridir.

Qiymət strategiyası bazar şəraitində əmtəənin ilkin qiymətinin müəssisənin məqsədlərinə daha uyğun şəkildə dəyişməsinin mümkün dinamikasının seçilməsidir. Qısa şəkildə qiymət strategiyasını aşağıdakı kimi göstərmək olar:

Müəssisənin məqsədi + ilkin qiymətin müəyyən edilməsi metodu + ilkin qiymətin hərəkəti (dəyişməsi) = qiymət strategiyası.

Strategiyanın işlənməsinin ilkin mərhələsi məqsədəuyğun formalaşdırılmasından ibarətdir.

Qiymət strategiyasının bir neçə növü tətbiq olunur:

- a) “qaymaqyığma” strategiyası;
- b) bazara ciddi daxilolma strategiyası;
- v) sürüşkən azalan qiymət strategiyası;

q) üstün qiymət strategiyası və s.

Yüksək qiymət strategiyası. Bu strategiya bir qayda olaraq bazara ilk dəfə çıxarılan, patentlə müdafiə edilən və “nüfuzlu” qiymət tətbiq edilə bilən keyfiyyətə, statusa və nadirliyə fikir verən dövlətli alıcı üçün nəzərdə tutulmuş əmtəələrə təyin edilir.

Yüksək qiymət strategiyasının məqsədi yeni əmtəənin yüksək əhəmiyyət kəsb etdiyi bir qrup alıcılardan “qaymağın yığılması” yolu ilə artıq mənfəət əldə etməkdir. Bu strategiya yalnız həmin əmtəəyə tələbatı olan və bazar qiymətindən artıq pul ödəməyə qadir olan alıcılara malik olduğuna əmin olduqda firma tərəfindən tətbiq edilir. Vaxt keçdikcə bazarın bu sektoru artıq tələbi azaltdıqda, onda firma qiyməti aşağı salır ki, bazarın digər sektorlarını da əhatə etsin. Bu vaxt firma yüksək nüfuzlu qiymətdən daxil olma qiymətinə keçir. Bazarda yeni əmtəənin kütləvi satışının uzun müddətli perspektivi üçün lazımi gücə malik olmayan bəzi firmalar yüksək qiymət strategiyasını əmtəənin tədqiqi və işlənilib hazırlanması ilə əlaqədar xərclərin ödənilməsinə və yeni işlər görmək üçün vəsait əldə etməyə görə istifadə edirlər. Belə firmalar öz əmtəələri üçün “bazarda birinci” fikrini yaradır və müəyyən vaxtdan sonra öz alıcılarını yüksək istehsal və satış gücünə malik firmalara verirlər. Yüksək qiymət strategiyasını həm də əmtəələrinə gələcəkdə inamsızlıq hiss edən firmalar da tətbiq edir. Yüksək qiymət strategiyası həm də öz əmtəəsini, onun qiymətini və tədricən qəbul edilə bilən qiymət səviyyəsinə yaxınlaşmasını sınaqdan çıxarmaq məqsədi güdən firmalar tərəfindən istifadə edilir.

Əgər yüksək qiymət satış, mənfəət həcminə görə qəbul edilə bilməyən aşağı nəticələr verirsə, onda firma qiyməti ona lazımi nəticələr əldə etməsini imkan yaradana qədər aşağı salır. Yüksək qiymətlər dövründə firma bazarın digər segmentlərini öyrənmək üçün imkan əldə edir və keyfiyyətə məhsulu daha da təkmil etməyə görə vəsaitə malik olur.

Yüksək qiymət strategiyası aşağıdakı hallarda müsbət nəticə verir:

a) yüksək qiymət məhsulun yüksək keyfiyyətini də təmin edirsə;

b) rəqabət məhduddursa;

v) qiymətə az həssas olan çoxsaylı alıcılar tərəfindən cari tələbin yüksək səviyyəsi müşahidə edildirsə;

q) çox saylı məlumatın nisbətən aşağı qiymətlə satışından əldə edilən gəlir ilkin yüksək qiymətlə müqayisədə əhəmiyyətsizdirsə;

ğ) əmtəənin çox da olmayan partiyalarla buraxılışı zamanı vahid məhsula olan istehsal və satış xərcləri səviyyəsinin tam istehsal gücü ilə işlədiyi zamankı xərclərdən çox da yüksək olmadıqda;

d) Yüksək və normal qiymətlər arasındakı fərq yüksək olmadıqda. Bu zaman rəqiblərin bazara daxil olması üçün şərait yaranılmaz.

Orta qiymətlər strategiyası. Bu strategiya bir çox firmalar üçün tipik sayılır. Bir qayda olaraq bazarda öz fəaliyyəti üçün əlverişli şəraitin saxlanmasına, sabitliyinə çalışan və mənfəəti əldə etməyi uzun müddətli siyasət kimi götürən firmalara xas bir strategiyadır. Əksər firmalar bu strategiyayı “qiymət müharibəsinə” şərait yaratmadığına görə ən əlverişli və ədalətli sayırlar. Bundan başqa, bu strategiya yeni rəqibin yaranmasına, alıcıların hesabına ayrı-ayrı firmaların dövlətlənməsinə imkan vermir və eyni zamanda qoyulan kapitalla görə ədalətli mənfəət əldə etməyə şərait yaradır.

Aşağı qiymətlər strategiyası. Bu strategiya firmalar tərəfindən xarici bazara daxil olmaq, daxili bazarda öz əmtəə paylarını artırmaq, kütləvi bazara çıxmaq və ümumi satış həcmi artırmaq; istehsalı tam gücü ilə işlətmək və hal-hazırkı mərhələdə iflasa uğratmamaq məqsədi ilə istifadə edilir. Aşağı qiymət strategiyası həm də “imkan verməmək qiyməti” və yaxud “sıxışdırıb çıxarma qiyməti” kimi də mə'lumdur.

Aşağı qiymət siyasətinin aparılması o vaxt məqsədə uyğundur ki, əmtəə vahidinə olan xərc onun satış həcmi artırması zamanı tez azalmağa başlasın. Aşağı qiymət siyasəti qiymətə həssas olan bazarda səmərəlidir. Aşağı qiymət rəqibləri oxşar əmtəə istehsal etmək həvəsindən salır, belə ki, onlar aşağı mənfəət verir. Aşağı qiymət siyasəti əksər halarda “tez” deyil, uzun müddətli mənfəət əldə etmək məqsədini güdür. Bu vaxt yeni məhsulun tədqiqinə və işlənilib hazırlanmasına sərf edilən xərclər “qaymağın yığılması” siyasətinə nisbətən daha uzun müddətdən sonra ödənilir.

Məqsədli qiymətlər strategiyası. Həmin strategiyada məqsədin kəmiyyəti kimi mənfəətin müəyyən kütləsi aşağıdakı kimi çıxış edir: hər hansı bir konkret il ərzində yüksək mənfəət kütləsi; bir neçə il müddətinə qane edici mənfəət kütləsi (məsələn, hər il 800 min manat olmaqla 5 il müddətində); kapital qoyuluşunun dəyəri ilə mənfəətin uzlaşması (məsələn, qoyulan kapitalla görə 15—20% mənfəət). Bu strategiyanın reallaşması zamanı satış həcmi və qiymət dəyişə bilər, lakin mənfəət kütləsi daima qalmalıdır.

Sabit qiymətlər strategiyası. Firma uzun müddət ərzində əmtəə və xidmətlərə (məsələn, konfet, jurnal və sairə) dəyişməz qiymətlər tə'yin etməyə və saxlamağa çalışır. Firma istehsal xərclərinin artımı zamanı çox vaxt qiymət dəyişməsinin əvəzinə əmtəənin tərkibini, onun ölçülərini dəyişir. Bu vaxt nəzərdə tutulur ki, istehlakçı qiymət artımına nisbətən belə dəyişmənin olmasına üstünlük verir.

Firma qiyməti istehsal xərci və tələb dəyişən kimi dəyişə (artıb, azalda) bilər.

Firma buna oxşar şəraitdə əmtəə və xidməti almaq istəyən bütün istehlakçılar üçün əmtəəyə vahid qiymət tə'yin edə bilər.

Müəyyən bazar vəziyyətlərində firma müxtəlif qiymətdən güzəştlər etməyə üstünlük verir. Belə ki, çoxsaylı əmtəə alan alıcılar üçün firma qiymətdən güzəşti müəyyən edə bilər. Belə güzəştlərin məqsədi — mümkün olan maksimum satış həcmi saxlamaqdan ibarətdir. Satıcının likvidliyinin yaxşılaşdırılması, kreditlərin ödənilməsi, borclarla və digər səbəblərlə əlaqədar xərclərin azaldılması məqsədi ilə firmalar nəgd hesablaşmaya görə güzəştlər tə'yin edirlər (tə'yin edilmiş müddətdən əvvəl, operativ hesabları ödəyən alıcılar üçün qiyməti azaldırlar). Qiymətdən güzəşt alıcı tərəfindən əmtəənin köhnə nümunəsi verilərsə, tə'yin edilə bilər (həm firmanın, həm də rəqib firmanın əmtəəsinin nümunəsi). Bu strategiya zamanı qiymət aşağı, mənfəət isə yuxarı ola bilər. Verilən güzəşt heç də ümumi qiymət azalması deyildir. Hər bir geri verilən mə'mulat qalıq döyrinə malikdir (müəyyən hissələri yenidən istifadə etmək olar), rəqibin geri qaytarılmış məhsulunu isə metal qırıntısına çevirərək müəyyən məbləği əldə etmək olar. Firma öz əmtəəsinə qiyməti tə'yin edən zaman onun çatdırılması üzrə xərcləri qismən və yaxud tamamilə öz üzərinə götürə bilər.

Qiymət strategiyası tez dəyişə bilən qiymət qoymanın tətbiqi əsasında reallaşdırılır ki, bu da marketoloqlara istehlakçıların qiymət danışma qabiliyyətindən və yaxud alıcılıq gücündən asılı olaraq qiymətləri dəyişməyə imkan verir. Qiymət danışa bilən alıcılar bunu edə bilməyənlərə nisbətən daha aşağı qiymət ödəməli olurlar. Zərgərlik,

antik mə'mulat dükənləri və sənaye firmaları çox vaxt çevik qiymətlərdən istifadə edirlər.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, qiymət strategiyaları çox vaxt digər marketing strategiyaları ilə əlaqələndirilərək istifadə edilir.

Əmtənin həyat tsiklinin fazasından asılı olaraq bir neçə qarışıq marketing strategiyasını nəzərdən keçirək.

Yeni əmtənin bazara daxilolma fazasında firma 4 dəyişən amili nəzərə alır: qiymət, əmtənin bazara daxil edilməsi, əmtənin bölüşdürülməsi, əmtənin keyfiyyəti. Əgər bu amillərdən firma yalnız ikisini — əmtənin bazara daxil edilməsini və qiyməti (hansı ki, müxtəlif səviyyələrdə təyin edilə bilər) nəzərə alarsa, onda o bir neçə müxtəlif marketing strategiyasından istifadə edə bilər. Onlardan əsas dördü aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir.

Yeni əmtənin bazara daxil olması ilə əlaqədar, qiymət-əmtənin bazara daxil olaraq hərəkəti nisbətində tipik qarışıq marketing strategiyaları.

QİYMƏT	Əmtənin bazara daxil olması üzrə cəhdlər (xərclər)	
	Yüksək	Aşağı
YÜKSƏK	1. Konkret nəticələr əldə edilməyə dəqiq yönəldilən strategiya.	2. Bazarın seçimli öyrənilməsi strategiyası.
AŞAĞI	3. Bazarın öyrənilməsinin tipik strategiyası.	4. Əmtənin bazarda inkişafını az dərəcədə nəzərə alan strategiya

Birinci strategiyayı tətbiq edən firma əmtəə vahidinə görə yüksək mənfəət götürməyə çalışır ki, bu da əmtəə satışından ən çox mənfəət kütləsi əldə etməyi təmin edir.

Bu, şübhəsiz ki, “qaymaqyığma” strategiyasıdır və o yalnız aşağıdakı şərtlər olarsa, reallaşa bilər:

1. Bazarda yeni əmtəə haqqında informasiya yoxdur, buna baxmayaraq alıcılar onu yüksək qiymətə almağa razıdırlar;

2. Həmin anda bazara oxşar, yenilik cəhətilə fərqlənən əmtəə çıxara biləcək rəqibi yoxdur;

İkinci strategiya yeni əmtəəyə onun bazara daxil olmasına çəkilən nisbətən az xərclərlə yüksək qiymət təyin edilməsini nəzərdə tutur. Bu strategiya elə bir təsəvvürdən irəli gəlir ki, az xərclərlə bazara daxil olan yüksək qiymətli əmtəə satış zamanı müəssisəyə yüksək mənfəət əldə etməyi təmin edəcək. Beləliklə, bu “qaymaqyığma” strategiyasının bir növüdür və yalnız birincidən fərqli olaraq aşağıdakı üç şərt olarsa, istifadə edilə bilər:

1. Əgər bazar öz ölçülərinə görə nisbətən məhduddursa;

2. Əgər istehlakçılar əmtəəyə görə tələb olunan qiyməti ödəməyə razıdırlarsa;

3. Əgər potensial rəqibin bazara oxşar əmtəə çıxaracağı təhlükəsi olarsa.

Üçüncü strategiya əmtənin bazara çıxarılaraq hərəkət etməsinə çəkilən xərclərin çox olması ilə eyni vaxtda nisbətən aşağı və çox aşağı qiymətlərdən istifadə üzərində qurulur. Bu halda firma öz qarşısına yeni əmtəəsi üçün bazarın mümkün qədər çox hissəsini ələ keçirmək məqsədini qoyur. Bu aşağıdakı şərtlər daxilində mümkündür:

1. Bazar kifayət qədər genişdir və yeni əmtəə haqda nisbətən az informasiyaya malikdir;
2. Əksər istehlakçılar yeni əmtəənin qiymət səviyyəsinə qarşı həssasdırlar;
3. Əgər yeni əmtəə vahidinin istehsal xərcləri istehsal həcmnin miqyasından asılı olaraq aşağı düşmə meylli ilə xarakterizə olunursa.

Dördüncü strategiya əmtəənin aşağı qiymətli və əmtəənin hərəkəti üçün çəkilən xərclərin az olmasını nəzərdə tutur. Bu strategiya o zaman həyata keçirilir ki, müəssisə verilən əmtəə üçün onun bazarda hərəkəti ilə əlaqədar xərclərin aşağı elastikliyinin və tələbin yüksək qiymət elastikliyinin olması ilə xarakterizəsini nəzərdə tutur. Belə strategiyanın qəbulu aşağıdakı iki halda mümkündür:

1. Əmtəənin yüksək qiymət elastikliyinin olması zamanı;
2. Bazarda hərəkət edən əmtəəyə qarşı digər müəssisələr tərəfindən müəyyən rəqabət olduğu şəraitdə bu strategiyanın istifadə edilməsi tələb edilir.

Əgər firma yeni əmtəənin bazara daxil edilməsi fazasında iki dəyişkən amili, əmtəənin qiyməti və keyfiyyətini nəzərə alarsa, onda o aşağıdakı doqquz qarışıq marketing strategiyalarından istifadə edə bilər.

Qiymət və keyfiyyət göstəriciləri üzrə marketing strategiyasının doqquz variantı

Q I Y M Ə T			
	Yüksək	Orta	Aşağı
Yüksək	1. Mükafatlı üstəliklər strategiyası	2. Bazara ciddi daxil olma strategiyası	3. Yüksək dəyərlik əhəmiyyətinə malik strategiya
Orta	4. Yüksəldilmiş qiymət strategiyası	5. Orta səviyyə strategiyası	6. Keyfiyyətlik strategiyası
Aşağı	7. Soyğunçuluq strategiyası	8. Özünü göstərmə strategiyası	9. Aşağı dəyərlik əhəmiyyətinə malik strategiya

Bu strategiyalardan ən az əhəmiyyət kəsb edənləri 7, 8, 9-culardır. 9-cu strategiya əmtəənin bazardan çıxarılması fazasına məxsusdur. 7 və 8-ci strategiyalar bazar nöqtəyindən çox şübhəli təsəvvürə malikdir. Belə ki, bu strategiyalar satıcının alıcıya qarşı qeyri-səmimiyyətinə əsaslanır, bu da alıcının özünü aldadılmış hiss etməsinə və firmaya qarşı münasibətinin dəyişməsinə gətirir.

1-ci strategiya həm satıcını (qiymətlə), həm də alıcını (əmtəənin yüksək keyfiyyəti ilə) mükafatlandırır. Bu strategiya əmtəənin bazara daxil olma fazası üçün tipikdir. Lakin onun tətbiqi sferası məhduddur, belə ki, yalnız yüksək ödənişli alıcılar qrupuna (segmentinə) yönəldilmişdir.

Qiymət-keyfiyyət nisbəti ilə götürülən yeni əmtəələrin bazara daxil olma strategiyalarından ən tipikləri 2-ci, 3-cü və 6-cı strategiyalardır. 2-ci strategiya istehlakçının tez cəlb edilməsi strategiyasıdır.

3-cü və 6-cı strategiyalardan alıcılar üçün yüksək dərəcədə sərfəli olmaqla satıcılar tərəfindən iri və güclü firmaların bazarı və yaxud bazarları zəbt etməsi üçün, həm də firmanın bazara malik olma payını artırmaq üçün istifadə edilir, 4-cü strategiya əmtəənin bazara daxil olması fazasında firmanın itkilərini minimumlaşdırmağa kömək edir. Lakin bu strategiya risklə bağlıdır. Belə ki, orta keyfiyyətli yeni əmtəənin yüksək qiyməti tələb üçün maneə ola bilər. Nisbətən təhlükəsiz 5-ci strategiyadır ki, bu da orta keyfiyyətli əmtəənin orta qiymətlə bazara çıxarılmasıdır. Bu strategiya əmtəənin asta,

lakin eyni vaxtda bazara daxil olmasına zəmanət verir. Ancaq bu həm də əmtəənin növündən və xarakterindən asılıdır. Həmin cəhəti təkcə bu strategiyada deyil, digər cədvəldə göstərilən strategiyalarda da nəzərə almaq lazımdır.

5.3. Qiymət taktikası yaxud qiymətlərə düzəlişlərin edilməsi variantları.

Qiymətqoyma taktikası dedikdə qiymət amillərin köməyi ilə məqsəsdə qarşıya qoyduğu məsələlərin həlli üçün tətbiq edilən kompleks praktiki tədbirlər kimi anlaşılır. Bu cür praktiki tədbirlərə adətən müxtəlif güzəştlər, imtiyazlar və qiymətdə edilən əlavələr aid edilir.

İlkin qiymətlərin və onun arzu olunan dəyişilməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi ilə qiymətlərin əmələ gəlməsi prosesi başa çatmır. Qiymətlərdə bazanın istehsalçının qiymətlərin müəyyən edilməsi üzrə fəaliyyətinə əks təsiri nəzərə alınmalıdır. Qiymətlərə bazar düzəlişlərinin edilməsi istehsalçı tərəfindən bir sıra qərarların qəbul olunmasını tələb edir. Həmin qərarlar aşağıdakılar ola bilər:

Standart yaxud dəyişkən (elastik) qiymətlərin müəyyən edilməsi haqqında;

Vahid qiymətin müəyyən edilməsi yaxud onun bazar segmentləri üzrə dəyişilməsi haqqında;

- Psixoloji baxımdan cəlbəedici qiymətlərin müəyyən edilməsi haqqında;
- Qiymətlərin mərhələli differensiaslaşdırılması haqqında;
- Xərclərin əmtəə çeşidi üzrə yenidən bölüşdürülməsi haqqında;
- Xərclərin əmtəə nomenklaturası daxilində yenidən bölüşdürülməsi haqqında;
- Nəqliyyat xərclərinin məhsulun qiymətinə daxil edilməsi üsulları haqqında;
- Qiymətlərin müəyyən edilməsində güzəştlərdən istifadə haqqında.

Bu və ya digər konkret vəziyyətdə hansı tədbirlərin həyata keçirilməsi müəssisədə işləyən qiymətqoyma üzrə ixtisaslaşmış mütəxəssislərə ünvanlanan sualdır. Ancaq istehsalatda baş verən qiymət dəyişiklikləri birdən birə əmələ gəlmir, bir qayda olaraq statistik xarakter daşıyır. Həmçinin dəqiq və bir az gec müddətdə üzə çıxarılan arzuolunmaz meylləri düzəltmək üçün fəaliyyətin nəticələri özünü biruzə verir. Ona görə də qiymətqoymaya təsir göstərən bu və ya digər amillərin əhəmiyyətini yaxşı görmək lazımdır. Bunun üçün, həmçinin, müəssisədə ixtisaslaşdırılmış işçilər işləyir. Bir qayda olaraq istehsalçı firma birtərəfli qaydada (yəni ki, bazarda digər iştirakçıların fəaliyyətlərini düşünmədən) mallara əlavələr təyin edilmiş qiymətlərin dəyişdirilməsini aparmaq çətindir. Digər məsələ isə müvəqqəti və ya lokal qaydada fəaliyyət göstərən güzəştlər, imtiyazlar və əlavələrdir.

Bazarda mövcud məhsulun mövqeləşdirilməsini həyata keçirən mütəxəssislər, mövcud bazarda dəyişən meylləri, onları təmsil edən müəssisənin maraqlarını, alıcılara məhsulların çatdırılması üçün qiymətləri üsul və digər metodları diqqətlə öyrənməlidir.

MÖVZU 6. QIYMƏTLƏRİN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ

PLAN:

- 6.1. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti və zəruriliyi
- 6.2. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi obyektləri və formaları
- 6.3. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin metodları

6.1. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti və zəruriliyi.

Dövlətin iqtisadiyyata tə'sirinin başlıca növlərindən biri qiymət tənzimlənməsidir. Qiymətlər tələb və təklifin nizamlanmasının əsas aləti kimi istehlakçının (alıcının) imkanlarını istehsalçının (satıcının) pula olan tələbi ilə bağlamaqla eyni vaxtda çox mühüm bir sosial funksiyanı — sərvət və xidmətlərin istehlak strukturuna və həcminə, xərclərə, həyat səviyyəsinə, yaşayış minimumuna, ailənin istehlak büdcəsinə tə'sirini yerinə yetirir. Qiymət səviyyəsinə və onun dəyişməsinə əhali kütləsinin reaksiyası xüsusilə həssas olur.

Bazar iqtisadiyyatında qiymətin əmələ gəlməsini çox vaxt “yelkənsiz və sükansız” gəmiyə bənzədənələr səhv edirlər. İlk növbədə ona görə ki, qiymətlərin sadəcə olaraq qaldırılması makroiqtisadi mövqedən əlverişsiz və məqsədəuyğun olmadığı halda belə, qiymətlərin öz-özünü tənzimləmə sistemi mövcuddur. İstehsalçı təkcə bu gün deyil, sabah da bazarda möhkəm mövqeyə malik olmaq üçün qiymətlərin səviyyəsinin optimallaşdırılmasında maraqlıdır. Bu cür qiymətlər sistemi çox mürəkkəbdir, onu sadələşdirmək olmaz, çünki bu sistem təkcə firmadaxili informasiyaya əsaslanmır, o, həm də bazar infrastrukturunu institutlarından daxil olan xarici informasiyaların çox geniş təbəqəsini əhatə edir. İkincisi, inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatına malik ölkələrdə də dövlət iqtisadi fəaliyyətin bu çox mühüm sahəsinə tənzimləyici tə'sir göstərir. Bundan ötrü xüsusi inzibati-hüquqi mexanizmlər yaradılır.

Planlı iqtisadiyyatda islahatların aparıldığı ilk dövrlərdə bazar iqtisadiyyatında qiymətəmələgəlmə prosesinin özbaşına gətməsi fikri geniş yayılmışdı. Keçid dövründə tədricən təcrübə qazanıldıqdan sonra aydın oldu ki, qiymət siyasəti, qiymətəmələgəlmə iqtisadiyyatın tənzimlənməsi mexanizminin daimi tə'sir obyektidir, qiymət isə iqtisadi, sosial, siyasi həyatın böhran nöqtələrindən biri olub, istehsalçı və istehlakçıların, topdansatış və pərakəndəsətiş ticarətçilərinin, idxalçı və ixracatçıların maraqlarının toqquşma nöqtəsidir. Bu isə o deməkdir ki, qiymətlər hər kəsi maraqlandırdığına görə partiya və parlamentlərdə, hökumətlə siyasi partiyaların danışıqlarında, beynəlxalq müzakirələrdə bu sahədə böyük mübahisələr baş verir.

Dövlət bütün əmtəə növlərinin qiymət dəyişmələrini daim izləməli, həmin dəyişmələrin səbəblərini təhlil etməli, daxili qiymətəmələgəlmə proseslərinə birbaşa və yaxud dolay yolla tə'sir göstərməlidir. Bu zaman qiymətlərin səviyyəsinə və dinamikasına bütövlükdə iqtisadiyyatın vəziyyətini xarakterizə edən göstərici kimi baxılmalı, qiymətlərə tə'sir isə bütün iqtisadi şəraitin inkişafına tə'sirin tərkib hissəsi kimi götürülməlidir.

Hazırkı şəraitdə qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi ziddiyyətli məsələlərdən biridir. Bir tərəfdən dövlət orqanları daxili sosial gərginlikləri kəskinləşdirən və ölkənin xarici iqtisadi vəziyyətinə mənfi tə'sir göstərən inflyasiya proseslərinin inkişafını cümləməyə çalışırlar. Digər tərəfdən isə dövlət inhisarların mənafeyinin ifadəçisi kimi müxtəlif yolların

maraqlarını müdafiə edir. Ümumən, qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi qanunvericilik, inzibati və büdcə-maliyyə tədbirlərinin köməyi ilə qiymətlərə tə'sir etmək cəhdidir. Bu yolla dövlət iqtisadi sistemin sabit inkişafına, başqa sözlə, qiymətlər vasitəsilə təkrar istehsalın dövrü tərəddüdlərinin nizamlanmasına nail olmağa çalışır. Konkret təsərrüfat quruluşundan (konyukturasından) asılı olaraq qiymətlərin tənzimlənməsi mahiyyəti e'tibarilə böhrana qarşı (durğunluğa qarşı) və inflyasiyaya qarşı xarakterli ola bilər.

Qiymətlərin ümumi səviyyəsini sabit saxlamaq dövlətin mühüm funksiyalarından biridir. Çünki, qiymətlərin artım tempinin, yə'ni inflyasiyanın tempinin yüksək olması istehsalın tənəzzülünü dərinləşdirir. Belə ki, hiperinflyasiya şəraitində müəssisələr üçün gələcək işləri planlaşdırmaq və düzgün qərarlar qəbul etmək qeyri-mümkün olur. Inflyasiya müasir dünyanın ən kəskin sosial-iqtisadi problemlərindən biridir. İkinci dünya müharibəsinə qədər inflyasiya fəvqə'l'adə şəraitdə əmələ gələn (əsasən dövlətin hərbi xərcləri maliyyələşdirdiyi müharibə dövründə) qısamüddətli bir proses kimi xarakterizə olunurdu. Hal-hazırda isə o, xroniki hal alaraq təkrar istehsalın daimi atributuna çevrilmişdir. Hazırkı şəraitdə bütün ölkələrdə dövlətin yürütdüyü siyasətdə antiinflyasiya tədbirləri mühüm yer tutur. İstehlakla yığım, tələblə təklif, dövlətin məxarici ilə mədaxili, pul kütləsi ilə təsərrüfatın real ehtiyacları arasındakı disproporsiya yüksək templi inflyasiyaya gətirib çıxarır. Inflyasiyanın həddindən artıq güclü olduğu bir şəraitdə pul faktiki olaraq özünün bütün funksiyalarını yerinə yetirə bilmir.

Qiymətləri sabitləşdirmək dedikdə onları dondurmaq nəzərdə tutulmur. Bazar münasibətləri şəraitində heç vaxt məhsulların qiymətləri dondurulmuş vəziyyətdə qalmır. Burada qiymətlər gah qalxır, gah da ki, enir. Qiymətlər dondurulduqda öz funksiyalarını yerinə yetirə bilmir. Dövlət çalışmalıdır ki, qiymətlərin ümumi səviyyəsi həddindən artıq aşağı düşməsin və həddindən artıq yüksəlməsin. Bununla belə qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi yalnız antiinflyasiya əhəmiyyəti daşımır. Dövlət qiymətləri tənzimləməklə həm də gəlirlərin yenidən bölgüsünə nail olur. Mə'lumdur ki, bazar münasibətləri şəraitində dövlətin funksiyalarından biri də gəlirlərin bölgüsü zamanı meydana gəlmiş qeyri-bərabərliyi azaltmaqdan ibarətdir. Dövlət qiymətləri tənzimləməklə əhalinin az tə'minatlı təbəqələrinin real gəlirlərinin sabit qalması üçün şərait yaratmağa çalışır. Başqa sözlə desək dövlətin qiymətin əmələ gəlməsi prosesinə müdaxiləsi sosial müdafiə üçün zəruridir. Həmçinin xarici istehsalçılarla rəqabət aparmağa hazır olmayan müəssisələrin müdafiəsi və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdən maksimum faydalanmaq üçün də dövlətin qiymətin əmələ gəlməsinə müdaxiləsi tələb olunur.

Ümumiyyətlə, qiymətlərin tənzimlənməsi makroiqtisadi tənzimləmənin tərkib hissəsidir. Bazar münasibətləri şəraitində qiymət bir tərəfdən iqtisadi prosesləri idarə etmək vasitəsi kimi çıxış edir, digər tərəfdən isə özü dövlət tərəfindən tənzimlənir. Qiymətləri tənzimləməkdə məqsəd gəlirləri ədalətli, resursları isə səmərəli bölüşdürməkdən ibarətdir. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi gəlirlərin və resursların: 1. sahələrarası. 2. regionlararası. 3. sektorial (özəl sektor və dövlət sektoru). 4. əhalinin müxtəlif təbəqələri arasındakı bölgüsünə həlledici tə'sir göstərir. Qiymətlər dövlət tərəfindən tənzimlənməzsə tələblə təklif arasındakı uyğunsuzluqlar dərinləşə bilər.

6.2. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi obyektləri və formaları.

Dünya təcrübəsində qiymətlərin müəyyən olunmasında müəssisələrə verilən sərbəstlik təkcə istehlak tələbi ilə, bazar qiyməti ilə və əmtəə hərəkəti kanallarının iştirakçıları ilə deyil, həm də dövlətin tə'siri ilə məhdudlaşdırılır. Belə məhdudiyyətin üç məsələsi mövcuddur:

1) Dövlət tərəfindən qiymətlərin təsbit olunması. Bu zaman dövlət qiymətləri özü qoyur. Qiymətin təsbit olunmasının ümumi formulası belədir:

$$\text{Müəssisənin qiyməti} = \text{təsbit olunmuş qiymətlər}$$

Dövlət qiymətləri üç üsulla təsbit edir:

- a) dövlət preyskurant qiymətlərini tətbiq etməklə;
- b) sərbəst bazar qiymətlərinin “dondurulması” ilə;
- v) inhisar qiymətlərini təsbit etməklə.

2) Dövlət tərəfinən qiymətlərin tənzimlənməsi. Burada dövlət müəssisənin özünün qiymət qoymasına uyğun olaraq onun üçün qayda müəyyən edir. Dünya təcrübəsində qiymətlərin tənzimlənməsinin aşağıdakı formaları vardır:

- a) əmtəələrin istehsalı və tədavülü sferasında dövlətin iştirakı ilə qiymətlərin tənzimlənməsi;
- b) əmtəə bazarlarının tələb və təklif balanslarına tə'sir etmək yolu ilə qiymətlərin tənzimlənməsi;
- v) antiinhisar qanunvericiliyi ilə tənzimləmə;
- q) gəlirlərin tənzimləməsi siyasəti ilə;
- ğ) pul tədavülü sferası, eləcə də bu formaların əlaqələndirilməsi vasitəsilə konyukturanın tənzimlənməsi;

Dünya təcrübəsində qiymətlərin tənzimlənməsinin aşağıdakı üsulları mövcuddur:

- a) qiymətlərin son hədd səviyyəsinin müəyyən edilməsi;
- b) təsbit olunan preyskurant qiymətlərinə son hədd güzəştlərinin və ya əmsallarının müəyyən edilməsi;
- v) pərakəndə satış qiyməti elementlərinin son hədd kəmiyyətlərinin müəyyən edilməsi;
- q) birdəfəlik qiymət artımlarının son hədd səviyyəsinin müəyyən edilməsi;
- ğ) inhisar qiymətləri üzərində dövlət nəzarəti;
- d) dövlət müəssisələri tərəfindən qiymət qoyulması yolu ilə bazar qiymətlərinin tənzimlənməsi.

3) Sərbəst (müqavilə) qiymətlərin qoyulması. Bu zaman dövlət ədalətsiz rəqabətə və bazarın inhisarlaşdırılmasına bir sıra qadağalar tətbiq etməklə bazarda “oyun qaydasını” müəyyən edir. Həmin qadağalar aşağıdakılar ola bilər:

- a) qiymətlərin üfiqi təsbit olunmasına qadağa;
- b) qiymətlərin şaquli təsbit olunmasına qadağa;
- v) qiymət ayrı-seçkiliyinə qadağa;
- q) dempinqə qadağa;
- ğ) “ədalətsiz” qiymət reklamına qadağa.

Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi inhisarlaşma dərəcəsinin və inhisarların qiymətlərə tə'sirinin zəif olduğu, eləcə də milli inhisarların mənafeələrinin bir-birinə ziddiyyətli

dərəcəsinin daha az olduğu sahələrdə geniş tətbiq olunur. Bu sahələrə kənd təsərrüfatı, energetikanın bir neçə sahəsi, e'maledici sənayenin ayrı-ayrı sahələri aiddir.

Hazırda bütün inkişaf etmiş ölkələrdə kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətləri dövlət tərəfindən tənzimlənir və buna uyğun olaraq, dolayı yolla, ərzaq məhsullarının pərakəndəsatış qiymətləri də tənzimlənir. Qiymətlərin tənzimlənməsi bir sıra digər dövlət tədbirləri ilə tamamlanır: istehsalın birbaşa tənzimlənməsi (əkin sahələrinin, məhsuldar mal-qaranın sayının azaldılması, kvot və kontingentlərin tətbiq edilməsi), birbaşa subsidiyalar verilməsi və əsaslı vəsait qoyuluşu (istehsala, e'mala, infrastrukturaya), güzəştli kreditlər verilməsi və başqaları.

Qiymətlərin hökumət tərəfindən tənzimlənməsi fermer qiymətlərini elə səviyyədə saxlamağa imkan verir ki, fermer geniş təkrar istehsala nail olmaq üçün, bu qiymətlər ona müəyyən gəlirləri və yığımı əldə etməyə imkan versin. Kənd təsərrüfatının istehsal vasitələri qoyuluşundan asılılığı getdikcə artır, alınmış istehsal vasitələri isə istehsal xərclərinin və məhsulun dəyərinin böyük hissəsini təşkil edir. Ona görə də dövlətin əsas məqsədlərindən biri də fermerləri qorumaqdır, çünki onlar təchizat və satış üzrə öz tərəf müqabilləri — ASK sferasında ən iri inhisarlar qarşısına özləri üçün zəruri mal mübadiləsi şərtlərini və qiymət səviyyələrini qorumaq iqtidarında deyildirlər.

Inkişaf etmiş ölkələrdə kənd təsərrüfatı məhsulları qiymətinin aşağı düşməsi meyli də vardır, çünki istehlakçılar həmişə qiymətin aşağı düşməsində maraqlı olduqları kimi, e'mal sahələrinin firmaları da kənd təsərrüfatı xammalının qiymətinin aşağı düşməsində maraqlıdırlar.

Bununla əlaqədar olaraq iki meylin — artma və azalma meyllərinin münasibəti qiymətlərin dövlət tərəfindən tənzimlənmə səviyyəsini tə'yin edir.

Kənd təsərrüfatı qiymətlərinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi ABŞ və Avropa Birliyi (AB) ölkələrində əsas aşağıdakı formalarda həyata keçirilir:

1. Dövlət tərəfindən formal olaraq qeyd edilmiş qiymətlər səviyyəsi tətbiq edilir (ABŞ), AB birliyi daxil olan bütün ölkələrdə qeyd edilməsi qiymət səviyyələrini müəyyən edir. Bu cür tənzimlənmə bazar qiymətlərinin müəyyən edilmiş yuxarı və aşağı hədd çərçivəsində dəyişilməsinə imkan verir. AB-də müəyyən edilmiş qiymət səviyyələri birliyin bütün ölkələri üçün məcburidir.

2. İstehsal vasitələri və kənd təsərrüfatı məhsullarının bazar qiymətləri dinamikasına və bu qiymətlər arasındakı nisbətə nəzarət;

3. Kənd təsərrüfatında istehsal məsrəflərinin dinamikasına nəzarət

4. Fermerlərdən kənd təsərrüfatı məhsullarının minimum zəmanət verilmiş qiymətlərlə almalı olan dövlət satınalma (tədarük) təşkilatlarının fəaliyyəti;

5. Bazar qiymətlərinin səviyyəsinə bir sıra köməkçi vasitələrlə tə'sir edilməsi;

6. Kənd təsərrüfatında gəlir və yığımın formalaşması prosesinin qiymətlər sistemi vasitəsilə idarə edilməsi;

7. İxrac qiymətlərinə əlavələr.

Qiymətlərin tənzimlənməsi kənd təsərrüfatında gəlir səviyyəsinin tənzimlənməsi ilə sıx surətdə bağlıdır. Burada məqsəd fermer və fəhlələrin gəlirləri arasında nisbi uyğunluğa nail olmaqdır. “Qiymət və gəlirlər” siyasəti adlanan siyasətin mahiyyəti də məhz bundan ibarətdir. Bu siyasət inkişaf etmiş ölkələrin kənd təsərrüfatında dövlət tənzimlənməsinin bütün sisteminin mərkəzi qüvvəsi və başlıca alətdir.

Dövlətin qiymətlərin əmələgəlməsi prosesinə tə'siri qiymətlərin tənzimlənməsinin birbaşa və dolayı metodlarının üzvi əlaqəsi ilə reallaşır. Bu metodların ölkələr və ayrı-ayrı dövrlər üzrə nisbətləri də müxtəlifdir.

6.3. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin metodları.

Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin metodları iki qrupa bölünür: 1. **Dolayı və ya iqtisadi metodlar.** 2. **Birbaşa və ya inzibati metodlar.** Qiymətləri iqtisadi metodlarla tənzimləyərkən dövlət qiymətləri tələb və təklif və ya qiymətin tərkib elementlərinə tə'sir göstərməklə dəyişdirir. Məsələn, dövlət pul-kredit siyasəti yürütməklə bazardakı məcmuu tələbə və məcmuu təklifə tə'sir göstərmiş olur. Vergi siyasəti isə qiymətlərin tərkib elementlərinə tə'sir göstərir.

Qiymətlərin birbaşa tənzimlənməsi başlıca olaraq ictimai istifadə (istehlak) sahələrində (elektroenergetika, nəqliyyat, rabitə, su təchizatı və s.) tətbiq olunur. Bu sahələrdə qiymət və tariflər adətən inhisarlarla münasibətdə aşağı və yüksək mənfəət normaları əsasında müəyyən olunur. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi inhisarların marağına və onların dünya bazarında konkret mövqelərinə, ümumən ölkənin tələbatına cavab verə bilən iqtisadiyyatın yüksək inkişaf sür'ətinin və struktur irəliləyişlərinin stimullaşdırılması üçün tətbiq edilir.

Qiymətlərin tənzimlənməsinin dolayı metodları qiymətlərin özünə deyil, qiymətlərin əmələgəlməsi ilə bağlı olan amillərə tə'sir dairəsində ortaya çıxır. Buna misal olaraq, pul vəsaitlərinin emissiyası da daxil olmaqla, vergi, kredit və valyuta siyasətinin köməyi ilə məcmuu tələbin tənzimlənməsini göstərmək olar. Belə tədbirlər nəticəsində bir çox sahələrdə istehlak və məcmulluqla bağlı məsələlər stimullaşdırılır ki, bu da öz növbəsində istehlak malları bazarına və əhalinin tə'diyyə qabiliyyətli tələbinin həcminə tə'sir göstərir.

Dövlət tənzimlənməsinin birbaşa metodları arasında hər şeydən əvvəl qiymətlərin inzibati qaydada müəyyən olunmasını qeyd etmək lazımdır. Bu metod bir çox ölkələrdə (Fransa, Belçika, Hollandiya və s.) geniş yayılmışdır. Göstərilən metodun tətbiqi nəticəsində iri istehlakçı — inhisara əlavə gəlir əldə etməyə imkan verir, çünki onlar əmtəə və xidmətləri daha aşağı qiymətlərlə almağa müvəffəq olurlar. Son nəticədə bu istehsalın inhisarlarda təmərküzləşməsinə səbəb olur və kapital yığımlı üçün əlverişli şərait yaradır.

İndi isə bir sıra inkişaf etmiş ölkələrdə qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin məcmuu birbaşa metodlarını ətraflı nəzərdən keçirək.

Fermer qiymətlərinin tənzimlənməsi sistemi ABŞ-da 1933-cü ildən fəaliyyətdədir. Bu sistemdə başlıca yeri əmtəə-kredit şirkətinin (ƏKŞ) girov qiymətləri (və ya dərəcələri) və girov əməliyyatları tutur. Girov qiymətləri (və ya dərəcələri) minimum zəmanət verilmiş qiymətlər funksiyasını yerinə yetirir. Onlar fermerlərin mənafeyini elə qoruyur ki, fermer bazar qiymətləri onların səviyyəsindən aşağı olması və kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarda satışından minimum gəlir səviyyəsinin əldə edilməsinə zəmanət versinlər. ƏKŞ-nin (əmtəə-kredit şirkəti) girov əməliyyatları — məhsulları girov qoyulmaqla fermerlərə kredit verilməsidir. Bu zaman girov qoyulmuş məhsul ya ƏKŞ-nin ambarlarında qəbul edilə bilər, ya da onu fermer özü saxlaya bilər. Kreditin məbləği verilən məhsulun həcmi və girov

qiymətlərinə əsasən müəyyən edilir. Əgər bazar qiymətləri aşağı düşərsə, fermer girov qoyulmuş məhsulu əmtəə-kredit şirkətinin (ƏKŞ-nin) mülkiyyətinə verə bilər və bu zaman girov qiyməti minimum satış qiymətinə çevrilir. Bazar qiymətləri girov qiymətlərindən yüksək olduqda isə fermer girov qoyulmuş məhsulu götürdüyü krediti və onun faizini ödəmək şərtlə qaytara və onu bazarda satmaq imkanı qazanmış olar.

ABŞ-da tətbiq edilən **məqsədli qiymətlər** də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onların əsas funksiyası fermerlərin gəlirini müəyyən səviyyədə saxlamaqdan ibarətdir. Məqsədli qiymətlər bazar qiymətlərinin aşağı səviyyəsini müəyyən edir. Onlar bazarda fəaliyyət göstərmir, ancaq nizamlanmalı (kompensasiya edilməli) olan qiymət əlavəsini müəyyən etmək üçün gəlirləri və qiymətləri tənzimləyən aparat işçiləri ilə hesablaşmalarda istifadə edilir. **Qiymət əlavəsi** — məqsədli qiymətlə satış qiymətinin (və ya girov qiymətinin), əgər məhsul ƏKŞ vasitəsilə satılarsa, fərqi kimi hesablanır. Qiymət əlavəsinin nizamlayıcı xarakteri ondan ibarətdir ki, o, fermer öz məhsulunu bazarda məqsədli qiymətlərdən aşağı satdığı halda həmin fərqi birbaşa hökumət qiymətləri formasında ödəyir.

Beləliklə, girov qiymətləri bazar qiymətlərindən (qiymətlər vasitəsilə isə gəlirlərin), məqsədli qiymətlər isə fermerlərin gəlirlərinin tənzimlənməsinin başlıca alətidirlər. Girov qiymətlərinin səviyyəsinin dəyişilməsi iki problemin həllinə kömək edir: 1. Fermerlərin satışdan əldə etdikləri gəlirlərin səviyyəsinin saxlanması (istehlakçılar hesabına); 2. Kənd təsərrüfatı məhsulları ixracının tənzimlənməsi: ABŞ-ın xarici bazarlarda dəbli bitkilər və pambıqla ticarətinin böyük həcmi nəzərə alaraq demək olar ki, girov qiymətlərinin yüksəldilməsi və aşağı salınması vasitəsilə ABŞ konqresi bu məhsulların dünya qiymətlərinin səviyyəsinə böyük təsir göstərir.

Avropa birliyində məhsul növlərindən asılı olaraq tənzimlənən qiymətlərinin bir çox formaları vardır. Onlardan iki ən mühümü bunlardır: məqsədli (nəzarət yaxud istiqamətləndirilmiş) və müdaxilə qiymətləri.

Məqsədli qiymətlər — Avropa birliyində müəyyən məhsul növünün qıtlığı hökm sürən rayonlar üçün nəzərdə tutulan topdansatış (ardıcıl olaraq nəzərdə tutulan bazar qiymətləri) qiymətləridir ki, onların əsasında astana və ona analoji olan “şlüz” qiymətlərinin səviyyəsi müəyyən olunur və bu qiymətlər daxili fermer qiymətlərini daha aşağı dünya qiymətlərinin təzyiqindən qorumağa xidmət edirlər. **Astana** qiymətləri başlanğıc səviyyəsinə görə məqsədli qiymətlərdən aşağı səviyyədədirlər, bununla belə, nəqliyyat xərclərini nəzərə almaqla o elə hesablanır ki, məqsədli qiymətlərin səviyyəsindən yüksək olsun. Beləliklə, məqsədli qiymətlər astana qiymətlərlə birlikdə qiymətlərin müdafiəsində yuxarı sərhəddi təşkil edirlər.

Yaponiyada dövlətin qiymətlərə və pul tədavülünə təsirinin spesifik mexanizmi fəaliyyətdədir və burada qiymətlərin dəyişilməsi mərkəzi bankın pul-kredit sferasında yeni qərarlar qəbul etməsi üçün əsas sayılır. Yaponiyada bütün qiymətlərin 19%-i birbaşa dövlət tərəfindən tənzimlənir. Müvafiq nazirliklər şirkətlərin iştirakı ilə qiymətlərin minimum səviyyəsini müəyyən edirlər. Bu təkliflər hökumət tərəfindən təhlil edilir və yekunlaşdırılır.

Yaponiyada iqtisadçılar belə hesab edirlər ki, əgər qiymətlərin səviyyəsi hökumət tərəfindən tənzimlənməsə bazar mexanizmi normal fəaliyyət göstərə bilməz, çünki bu halda bazarda qeyri-normal vəziyyət yaranar, tələb və təklif arasındakı uyğunsuzluqlar dərinləşə bilər. Məsələn, qiymətləri mövsümü amillərdən asılı olan bir sıra məhsul növləri üzrə tələb və təklif balansında mövsümi tərəddüdlərin bərabərləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bu məhsullara olan tələbatın yüksək səviyyəyə qalxması qiymətlərin kəskin artmasına gətirib çıxarılmasının qarşısını almaq üçün Yaponiya hökuməti onların bazarda təklifin həcmnin artırılması üzrə tədbirlərdən əlavə həmin məhsulların dolayı yolla qiymətlərinin tənzimlənməsinə çalışır.

Norveçdə isə ədalətsiz (çox yüksək) qiymətlərin haqqında istənilən razılaşmalar qanunla qadağan edilmişdir. Dövlət (müdiriyyət) qiymətlərin maksimum və minimum səviyyələrini, eləcə də “dondurulmuş” qiymətləri müəyyən edən və hamı üçün mütləq olan qaydalar vermək hüququna malikdir. Həmin qaydalarda qiymətlərin, əlavə və güzəştlərin hesablanması üsulları göstərilir, maksimum mənfəət səviyyəsi, göndərişi və ödəmə şərtləri, eləcə də qiymət və gəlir sferasına aid digər göstərişlər əks etdirilir.

İsveç hökuməti kənd təsərrüfatı siyasəti çərçivəsində qiymətlərin kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalın rentabelliğini təmin edəcək səviyyədə saxlanmasını nəzərdə tutur. Bu zaman kəndli təsərrüfatlarına ölkənin başqa istehsal sahələrində çalışan muzzdlu işçi qüvvələrinin gəlirləri ilə müqayisə ediləcək zəmanət verən qiymətlər səviyyəsi müəyyən olunur. Bu məqsədlə qiymətlərin tənzimlənməsi mexanizmindən və yerli istehsalçılar xarici bazarın rəqabət qabiliyyətli təzyiqindən qorumaq tədbirlərindən fəal istifadə olunur. Əmtəəlik məhsulun 50%-ə qədərini qiymətləri qanun şəkildə rəsmiləşdirilir. Süd istehsalı spesifik olaraq tənzimlənilir: hər il təhvil verilən südün müəyyən həcmi nəzərdə tutulur və südün təhvil verənlərə müəyyən hədlərdə sabit qiymətlər zəmanət edilir.

İqtisadiyyatın mühüm sahələrinin məhsullarının qiymətlərinin əmələgəlməsinə dövlət tərəfindən həyata keçirilən müdafiə tədbirləri onların qiymətlərin artımına təsirini müşahidə etməklə həyata keçirilir və zəruri halda qiymətlərə nəzarət üzrə federal orqanlar tərəfindən qiymətlərin yaxud mənfəətin yuxarı hədləri müəyyən olunur. Yuxarı hədlər haqqında sərəncam və göstərişlər o halda qəbul edilir ki, qiymətlərin optimal səviyyəsi üzrə uyğun qərarlara nail oluna bilməsin. Qiymətlərin optimal səviyyəsini müəyyən etmək üçün isə aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır: müvafiq mənfəət həcmi əldə edilməsinin zəruriliyi, istehsal xərclərinin inkişaf meyli, xüsusi sahibkar xidmətləri və xüsusi bazar münasibətləri; ictimai mənafeələr.

Sovet hakimiyyəti illərində bütün müəssisələr dövlətin mülkiyyətində idi. Belə olan halda şübhəsiz ki, burada antiinhisar siyasətindən söhbət gedə bilməzdi. Sosializmin süqutundan sonra isə bazarda dha çox paya malik və qiymətə nəzarət etmək imkanı olan müəssisələrin fəaliyyətinin tənzimlənməsi mexanizminin yaradılması zərurəti meydana gəldi. Hal-hazırda Azərbaycanda inhisarçı müəssisələrin yaranması və fəaliyyət göstərməsi qadağan edilməmişdir. Lakin, dövlət belə müəssisələr tərəfindən bazar mexanizmi çərçivəsində, tələb və təklifdən asılı olaraq qiymətin əmələ gəlməsinin məhdudlaşdırılmasına qarşı mübarizə aparır. Respublikamızda bazarın 35%-dən çoxunu ələ keçirmiş müəssisə inhisarçı hesab olunur. Ölkədə antiinhisar qanunvericiliyi qüvvədədir. 4 mart 1993-cü ildə Azərbaycanda “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” qanun qəbul edilmişdir. Qanunda inhisarçılığın bu növləri bir-birlərindən fərqləndirilir: 1. Dövlət inhisarçılığı. 2. Sahə inhisarçılığı. 3. Yerli inhisarçılıq. 4. Maliyyə-kredit inhisarçılığı. 5. Təbii inhisarçılıq. Dövlət tərəfindən dövlət bölməsindən kənara fəaliyyət göstərən müstəqil təsərrüfat subyektləri tərəfindən istehsal edilən və satılan malların qiymətləri üzərində əsassız olaraq nəzarətin həyata keçirilməsi **dövlət inhisarçılığına** aiddir. Təsərrüfat subyektləri inhisarçılıq fəaliyyəti göstərdikdə, yə’ni öz hərəkətləri ilə rəqabətin məhdudlaşdırılmasına səbəb olduqda və istehlakçıların

mənafeyinin pozulmasına səbəb olduqda Dövlət Antiinhisar Siyasəti və Sahibkarlığa kömək Komitəsi müvafiq tədbirlər görür. Məsələn, Komitə inhisarçı təsərrüfat subyektlərinin məhsullarının (xidmətlərinin) qiymətləri üzərində dövlət nəzarətinin müəyyən olunması, bə'zi hallarda bu və ya digər məhsulun (xidmətin) bazar qiymətinin yol verilən həddinin təsbit edilməsinə nail ola bilər. Bundan başqa 2 iyun 1995-ci ildə "Haqsız rəqabət haqqında" qanun qəbul edilmişdir. Qanuna görə qiymətlərin artırılması nəzərdə tutulduğu günədək, yaxud qiymətlərin artmasına şərait yaratmaq məqsədilə əmtəələrin təsərrüfat dövriyyəsiindən çıxarılması və dövriyyəyə buraxılmaması haqsız rəqabət formalarına aid edilir. Səmərəli antiinhisar siyasəti yürütmək üçün əmtəə və xidmətlər bazarında daim tədqiqatlar aparmaq tələb olunur. Bunun üçün isə müvafiq dövlət orqanlarının kifayət qədər texniki və maliyyə imkanları olmalıdır. Lakin, Azərbaycanda müvafiq orqanların belə imkanlara malik olmamaları üzündən respublikamızda antiinhisar siyasətinin səmərəliliyini yüksəltmək istiqamətində gələcəkdə hələ çox işlər görülməlidir.

Hökumətin qiymətin əmələ gəlməsinə müdaxiləsi xeyli dərəcədə dövlət sektorunun ona real yanaşmasından ibarətdir. Dövlət sektoru isə adətən əsas e'tibarilə təbii inhisarlardan ibarət olur. Dövlət Antiinhisar siyasəti və Sahibkarlığa kömək Komitəsinin verdiyi mə'lumata görə Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində 13 müəssisəni təbii inhisar hesab etmək olar. Bu təbii inhisarlar tərəfindən yürüdülmən qiymət siyasəti iqtisadiyyatdakı, xüsusən də sənayedəki vəziyyətə güclü tə'sir göstərir. Çünki təbii inhisarlar tərəfindən burxılan məhsul və ya xidmətlərin qiymətləri (tarifləri) sonradan bir çox sənaye müəssisələrində istehsal xərclərinin tərkib elementinə çevrilir. Təbii inhisarlar tərəfindən istehsal olunan məhsul və xidmətlərin qiymətləri (tarifləri) yüksək olduqda sənaye müəssisələrinin buraxdıqları məhsulların da qiymətləri yüksək olur. Qiymət yüksəldikdə isə bir qayda olaraq tələb azalır. Tələbin azalması da öz növbəsində istehsalın həcmiini aşağı salmağa vadar edir. Göründüyü kimi təbii inhisarlar tərəfindən istehsal olunan məhsul və xidmətlərin qiymətləri (tarifləri) həm digər qiymətlərin səviyyəsinə, həm də istehsalın həcminə güclü tə'sir göstərə bilər. Ona görə də təbii inhisarlar tərəfindən istehsal olunan məhsul və xidmətlərin qiymətləri (tarifləri) elə səviyyədə olmalıdır ki, istehsalın inkişafına mənfi tə'sir göstərməsin.

Dövlət tənzimlənməsinin birbaşa metodları ilə yanaşı qiymətlərin əmələgəlməsi prosesinə tə'sir göstərən dolayı metodlar da mövcuddur və onlar əlaqəli şəkildə dövlət—inhisar tənzimlənməsinin ümumi alətləri hesab edilirlər.

Qiymətlərin əmələgəlməsinə tə'sirin dolayı metodları Qərbi Avropa ölkələrində XX əsrin başlanğıcından tətbiq edilir. Burada qiymətəmələgəlmə metodları adətən, konyukturanın dəyişdirilməsinə, maliyyələşdirmə, valyuta və vergi əməliyyatları sahəsində vəziyyətin sabitləşməsinə, ümumilikdə isə tələb və təklif arasındakı nisbətin normallaşdırılmasına yönəldilmişdir və makroiqtisadi xarakter daşıyırlar. Həmin metodlara dövlət tədarükü, vergi sistemi, pul tədavülü və kredit sisteminin tənzimlənməsi, dövlət xərclərinin tənzimlənməsi və dövlət əsaslı vəsait qoyuluşu siyasəti, amortizasiya normalarının qoyulması və başqaları aiddir. Bu metodların köməyi ilə dövlət tələb və təklif arasında tarazlığın əldə edilməsinə və saxlanmasına, bununla da bütün iqtisadiyyat miqyasında qiymətlərin uyğun və tədricən artımına nail olmağa çalışır.

İnkişaf etmiş ölkələrdə qiymətlərin tənzimlənməsinin dolayı metodlarına, həmçinin, dövlət tərəfindən torpaq rentasının, uçot dərəcələrinin, əmək haqqının (əgər qiymətlərin birbaşa

tənzimlənməsi ilə əlaqədar deyilsə), eləcə də qiymətlərin əmələgəlməsinə tə'sir göstərən digər amillərin tənzimlənməsinə yönəldilmiş fəaliyyətlər də aid edilir.

Müasir dövrdə dünyanın əksər ölkələrində, o cümlədən də Azərbaycanda pul-kredit siyasəti qiymətlərin iqtisadi metodlarla tənzimlənməsinin ən başlıca vasitəsidir. Pul kütləsi, pul dövriyyəsi, kredit qoyuluşları, faiz dərəcələri, həmçinin valyuta məzənnəsi ilə qiymətlər arasında qarşılıqlı əlaqələr mövcuddur. Dövlət bu əlaqələrdən istifadə etməklə qiymətlərin ümumi səviyyəsinə nəzarət edə bilir. Pul-kredit siyasətinin isə bu alətləri vardır: mərkəzləşdirilmiş kreditlər, uçot dərəcəsi (mərkəzləşdirilmiş kreditlərə görə faiz dərəcəsi), məcburi ehtiyat normaları, qiymətli kağızlar bazarında əməliyyatlar, valyuta bazarına müdaxilə.

İstər birbaşa, istərsə də dolaylı vergilərin qiymətlərlə müəkkəb əlaqələri vardır. Qiymətqoyma müəssisələrin, vergitutma isə dövlətin ən başlıca maliyyə problemidir. Məhsul və xidmətlərin satışından əldə olunan vəsaitlər əvvəl müəssisənin büdcəsinə, oradan isə dövlət büdcəsinə (onun bir hissəsi) daxil olur. Şübhəsiz ki, qiyməti qaldıran vergilər olmasaydı, bə'zi sahələrdə əmələ gələn qiyməti aşağı salan dotasiyalar da olmazdı. Birbaşa vergilərdən fərqli olaraq, dolaylı vergilər bir qayda olaraq qiymətin struktur elementi kimi çıxış edir. Azərbaycanda tətbiq olunan dolaylı vergilərin əsas növləri bunlardır: əlavə dəyər vergisi, gömrük rüsumları, royalti və aksizlər. Dolaylı vergilər faktiki olaraq qiymətin üzərinə edilən nominal əlavədən başqa bir şey deyildir. Maliyyəçilər sosial sığortaya və müxtəlif büdcədən kənar fondlara ayırmaları vergi adlandırmırlar. Lakin, bu tə'diyyələr müəssisələrin fəaliyyətinə ciddi tə'sir göstərir və vergilərə xas olan fiskal funksiyanı yerinə yetirir, həmçinin qiymətin şişirdilməsində də öz rolunu oynayır.

Son illərdə qiymətlərin dolaylı metodlarla tənzimlənməsi praktikası öz əhəmiyyətini itirməkdədir. Bu hər şeydən əvvəl müasir bazarın inhisar tənzimlənməsi ilə yüksək dərəcədə bağlılığı ilə və onunla məhdudlaşması ilə əlaqədardır. Bu vəziyyət inkişaf etmiş kapitalist ölkələrinə xasdır. Əksər məhsulların qiymətləri iri inhisar formaları tərəfindən müəyyən olunur. Tələbin dəyişməsi ilə inhisarlar əvvəllər müəyyən edilmiş qiymətləri saxlayaraq istehsal həcmi tez-tez dəyişirlər.

Bir çox hallarda qiymətlərə nəzarətin birbaşa metodları ilə dolaylı metodları ziddiyyət təşkil etməyərək üzvi əlaqələnilirlər: ümumi inflyasiya qarışıq siyasət və qiymətlərin əmələgəlməsi prosesinə dolaylı metodlarla tə'sirlə bağlı tədbirlər bilavasitə dövlət tənzimlənməsinin birbaşa metodları ilə tamamlanırlar. Dövlət qiymətlərini hərəkət rejiminin müəyyən olunması yolu ilə, onların sabit səviyyədə "dondurulmasının" köməyi ilə, istehsal xərclərinin ayrı-ayrı maddələrinə nəzarət etmək vasitəsilə müəssisələrin məhsullarının qiymətləri səviyyəsini müəyyən etməklə bağlı qərarlarına müdaxilə edir. Beləliklə, kortəbii bazar mexanizmi inhisarlar tərəfindən tənzimlənmə ilə birlikdə geniş təkrar istehsal üçün normal şəraitin tə'min edilməsi ilə bağlı birbaşa dövlət-inhisar tənzimlənməsi ilə tamamlanır.

Bazar münasibətləri şəraitində inhisar və təbii inhisarlar tərəfindən istehsal olunmayan məhsul və xidmətlərin də qiymətlərinin inzibati yolla tənzimlənməsinə yol verilə bilər. Bu zaman qiymətlərin inzibati metodlarla tənzimlənməsi maksimal, minimal və təsbit olunmuş qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi yolu ilə həyata keçirilir.

Qeyd edək ki, qiymətləri inzibati metodlarla tənzimləyərkən bazarın qanunauyğunluqlarını nəzərə almaq lazımdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin ən başlıca tənzimləyicisi bazar və rəqabətdir. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi isə yalnız

qiymətlərin bazar mexanizmi çərçivəsində tənzimlənməsini tamamlamaq məqsədi güdür. Ona görə də qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin müəyyən həddi olmalıdır. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi müəssisələrin ziyanla işləməsinə gətirib çıxarmamalıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bazar özü-özünü tənzimləyən mexanizmdir. Bazar alıcı və satıcıların hərəkətlərinə təsir göstərən istənilən dəyişikliyə avtomatik olaraq uyğunlaşır. Lakin, hökumət qiymətlərin tələb və təklifdən asılı olaraq dəyişmək qabiliyyətini lüzumsuz olaraq məhdudlaşdırı bilər. Fərz edək ki, dövlət hər hansı əmtəənin minimal qiymətini müəyyənləşdirir. Adətən, minimal qiymətin müəyyənləşdirilməsi nəticəsində əmtəəyə olan tələb azalır. Təklif isə çoxalır və tarazlıq vəziyyətində ola bilən kəmiyyəti üstələyir. Nəticədə əmtəənin satılmamış izafi kəmiyyəti əmələ gəlir. Belə olan halda satıcılar həmin əmtəəni “qara bazarda” satmağa cəhd göstərəcəklər. İndi isə fərz edək ki, dövlət əmtəənin qiymətinin yuxarı həddini müəyyənləşdirir. Bu halda əmtəənin təklifi azalacaq, ona olan tələb isə artacaqdır. Nəticədə qiymətin yuxarı həddinin müəyyən olunması qıtlığa səbəb olacaqdır. Bu hal həm də əmtəənin qeyri-leqal yolla satılacağı “qara bazarın” meydana çıxmasına gətirib çıxara bilər. “Qara bazarın” meydana gəlməsinin əsas səbəbi alıcıların dövlət tərəfindən müəyyən olunmuş qiymətə nisbətən daha yüksək qiymət ödəmək istəyidir. “Qara bazardakı” əməliyyatlar həm alıcıların, həm də satıcıların mənafeyinə uyğundur. Analoji vəziyyət əmtəə üzərində təsbit olunmuş qiymətlərin müəyyənləşdirildiyi təqdirdə də əmələ gəlir. Qiymətlərin təsbit olunması qıtlığın, növbələrin, qara bazarın və s. halların əmələ gəlməsinə səbəb olur.

Göründüyü kimi sərbəst rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərən bazarda qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi məhsul həcmnin azalması ilə nəticələnə bilər. İnhisarın hökm sürdüüyü bazarda isə qiymətin yuxarı həddinin müəyyənləşdirilməsi istehsalın həcmnin artması və səmərəliliyin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Çünki inhisarçılar daha az məhsulu daha yüksək qiymətə satmağa meyl göstərirlər.

MÖVZU 7. XALIS RƏQABƏT VƏ XALIS İNHİSAR BAZARINDA QİYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

PLAN:

- 7.1. Xalis rəqabət bazarında qiymətin əmələ gəlməsi xüsusiyyətləri
- 7.2. Xalis inhisar bazarında qiymət və istehsal həcmi.
- 7.3. İnhisarlara qarşı dövlətin qiymət siyasətinin əsas variantları.
- 7.4. Qiymət ayrı-seçkiliyi, onun tipləri və ya dərəcələri.

7.1. Xalis rəqabət bazarında qiymətin əmələ gəlməsi xüsusiyyətləri

Müəssisənin qiymət siyasəti bazarın rəqabət strukturundan asılıdır. Bazar strukturu onun əsas xarakterik cizgiləridir ki, onlara bazardakı firmaların sayı və ölçüsü, müxtəlif firmaların məhsullarının oxşarlığı və yaxud fərqləri, bazara giriş və bazardan çıxış

imkanlarının səviyyəsi, qiymətlərə nəzarət və bazar informasiyasının əldə olunması imkanları aid edilir.

Bazar strukturu elementlərinin əlaqələndirilməsinin müxtəlif variantları, başqa sözlə bazarın müxtəlif modelləri mövcuddur ki, onlardan asılı olaraq sahibkarlar rəqabət mübarizəsinə girmək və ya girməmək haqqında qərar qəbul edirlər.

Müəssisənin bazarda davranışı və fəaliyyətinin nəticələri yalnız istehsalın texniki şəraitindən və xərclərin formalaşmasının onunla şərtlənmiş qanunauyğunluqlarından yaxud onun təşkilinin hüquqi formasından deyil, həm də müəssisənin istehsal resursları aldığı və öz məhsullarını satdığı bazarın strukturundan asılıdır.

Prinsip e'tibarilə iqtisadi tərəqqinin məqsədlərindən asılı olaraq bazar strukturunun müxtəlif təsnifləşdirilmələri təklif oluna bilər. Onların ən sadəsindən və həm də daha mühümündən başlasaq qeyd olunmalıdır ki, bu təsnifləşdirmənin əsasını bazar qiymətlərinin formalaşmasına bir satıcının (alıcının) tə'siri dərəcəsi təşkil edir. Əgər satıcılardan (alıcılardan) biri əmtəənin qiymətinə əhəmiyyətli tə'sir etmək qabiliyyətinə malikdirsə, onda bazar strukturu təkmil rəqabətlə xarakterizə olunur. Əgər bu şərt gözlənilmirsə onda demək olar ki, rəqabət qeyri-təkmildir. Təkmil rəqabət şəraitində bazar istənilən vaxt anında hər bir satıcıya (alıcıya) qiyməti diqtə edir. Qeyri-təkmil rəqabət şəraitində isə, əksinə, istehsalçı (istehlakçı) əmtəələrin (resursların) qiymətlərini özü məyyən edir.

İqtisadi nəzəriyyədə "tam rəqabət" anlayışı xüsusi yer tutur. Bazar strukturu o vaxt tam rəqabətli hesab edilir ki, aşağıdakı şərtlər ödənilsin:

1. Əmtəənin çoxlu sayda satıcıları və alıcıları vardır və onların hər biri bütün bazar həcmi yalnız öz hissəsini istehsal edirlər (alırlar);
2. Əmtəə istehlakçı nöqteyi-nəzərindən tamamilə həmcins olmalıdır, bütün alıcılar isə satıcıların nöqteyi-nəzərindən eyni olmalıdır. İlk baxışdan sadə görünən bu şərt təcrübədə nadir hallarda yerinə yetirilir. Hətta tamamilə eyni əmtəə satış yerinin yerləşməsinə, xidmət şərtlərinə, reklama, qablaşdırma xüsusiyyətlərinə və s. görə istehlakçılar üçün qeyri-həmcins görünə bilər.
3. Yeni satıcının (istehsalçının) sahəyə daxil olması və sahədən çıxış imkanları üçün maneələr yoxdur. Maneələr iki növ ola bilərlər:
 - leqal (məyyən fəaliyyətlə məşğul olmaq üçün müstəsna hüquq, lisenziyalar, patentlər);
 - iqtisadi (iri istehsalın üstünlüyü)
4. Qiymətlərin bazar səviyyəsi haqqında bütün satıcıların və alıcıların tam mə'lumatlılığı;
5. Bütün bazar iştirakçılarının öz məqsədləri naminə səmərəli davranışı. Alıcıların yaxud satıcıların gizli razılaşmaları (danışıqları) olmalıdır.

Göründüyü kimi, tam rəqabət təcrübədə olduqca nadir hallarda təsadüf olunan (rast gələn) şərtlərlə xarakterizə edilir. Onda nəzəriyyədə bu bazar modelinin nadir əhəmiyyəti nə ilə əlaqədar olması sual oluna bilər. Hər şeydən əvvəl qeyd edilməlidir ki, tam rəqabət bazar iqtisadiyyatının fəaliyyətinin "ideal" modelini qurmağa imkan verir ki, digər real bazar strukturlarını onunla müqayisəli şəkildə öyrənmək olar. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, təkmil rəqabət bazarı modeli digər real bazarlar üzrə həqiqətə yaxınlaşmaq üçün qənaətbəxş təsəvvür yaradır.

Tam rəqabət dedikdə elə bazar strukturu başa düşülür ki, orada həmcins əmtəələr bir-birindən asılı olmayan çoxlu sayda müəssisələr tərəfindən istehsal edirlər və onlardan hər

biri ümumi məhsul buraxılışının yalnız az hissəsini istehsal edir. Nəticədə ayrıca bir müəssisə məhsul buraxılışın həcmi dəyişməklə bazar qiymətinə təsir göstərə bilmir. O, yalnız mövcud qiymət səviyyəsində maksimum mənfəəti (minimum zərəri) təmin edən optimal istehsal həcmi seçə bilər. Bundan başqa sahəyə daxil olmaq yaxud ondan çıxmaq üçün maneələrin olmaması nəzərdə tutulur.

Tutaq ki, müəssisə mənfəəti (M) maksimumlaşdırmağa çalışır. Mənfəət ümumi gəlirlə (TR) ümumi xərclərin (TC) fərqinə bərabərdir.

$$M = TR - TC$$

Ümumi gəlir dedikdə müəyyən məhsul həcmi reallaşdırılmasından əldə olunan gəlirin məbləği başa düşülür:

$$TR = P \times Q$$

Orta gəlir (AR) isə ümumi gəlirin satılmış məhsulun kəmiyyətinə olan nisbətidir:

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \times Q}{Q} = P$$

Orta gəlir məhsul vahidinin qiymətinə bərabərdir.

Nahəyat, son hədd gəliri (MR) satış həcmi bir vahid artması zamanı ümumi gəlirin artımıdır

$$MR = \frac{\Delta(TR)}{\Delta Q},$$

və yaxud, əgər ümumi gəlirin məhsulun həcmindən asılılığı kəsilməz differensiallaşdırılan funksiya şəklində göstərilə bilərsə

$$TR = f(Q),$$

$$MR = \frac{d(TR)}{dQ},$$

Əgər məhsulun qiyməti onun buraxılışı həcmindən asılı deyilsə (tam rəqabət şəraitində vəziyyət belədir), onda son hədd gəliri orta gəlirə və uyğun olaraq qiymətə bərabərdir

$$MR = AR = P$$

Rəqabət aparan müəssisənin mənfəətinin maksimumlaşdırılmasının zəruri şərtini müəyyənləşdirmək və bunun üçün (5.1) düsturundan mənfəətin satılmış məhsulun həcmi üzrə törəməsini tapmaq və sifra bərabərləşdirək

$$\frac{d\Pi}{dQ} = \frac{d(TR)}{dQ} - \frac{d(TC)}{dQ} = MR - MC = P - MC = 0 \text{ yaxud}$$

$$MC = P$$

(7.2) və (7.3) düsturlarını birləşdirərək

$$MC = MR = P$$

olduğunu alırıq.

Başqa sözlə, tam rəqabət şəraitində müəssisənin optimumuna son hədd gəlirinin son xərclərinə bərabər olduğu şəraitdə nail olunur.

7.2. Xalis inhisar bazarında qiymət və istehsal həcmi.

İnhisarçı analoqu və qarşılıqlı əvəzedicisi olmayan məhsulun yeganə istehsalçısı olan firmadır. O, dövlət təşkilatı yaxud özəl firma ola bilər. Dövlət inhisarının köməyi ilə bu və ya digər əmtəənin istehlakını tənzimləmək olar. Özəl firmalar-inhisarçılar öz məhsullarına müstəqil olaraq qiymət qoyurlar və bəzən onu yerli hakimiyyət orqanları ilə razılaşdırırlar. Beləliklə, xalis inhisar şəraitində müəssisə öz məhsulunun qiymətini və istehsal həcmi sərbəst olaraq dəyişə bilər.

Nəzərə almaq lazımdır ki, tam rəqabət şəraitindən fərqli olaraq qiymət inhisarçının məhsul istehsalat həcmindən asılıdır. Məhsul həcmi nə qədər çoxdursa, qiymətlər bir o qədər aşağıdır.

$$MR = \frac{d(TR)}{dQ} = \frac{d(P \times Q)}{dQ} = P + Q : \frac{dP}{dQ};$$

ikinci sıfırdan kiçik olduğuna görə $MR < P$.

Göstərilən bərabərsizliyi asanlıqla izah etmək olar. Tutaq ki, inhisarçının illik istehsalının həcmi 1000 mə'mulat olduqda bir mə'mulatin qiyməti 400 manat təşkil edir. Nəzərə alınmalıdır ki, istehsal həcmi 1 qəpik artması qiymətin 1 manat aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. lakin, gəlirin artımı 399,99 manatla müqayisədə olduqca az olacaqdır. Məsələ ondan ibarətdir ki, qiymətin aşağı inhisarçının bütün istehsal həcminə tə'sir edir. Bu halda gəlirin artımı

$$MR = 399,99 \cdot 1001 - 400 \cdot 1000 = 389,99 \text{ manat təşkil edəcəkdir.}$$

İnhisarçı üçün mənfəətin maksimumlaşdırılması şərtini müəyyənləşdirək. Bundan ötrü mənfəətin (M) məhsul həcminə (Q) görə törəməsini tapan və onu sıfıra bərabərləşdirək:

$$\frac{dP}{dQ} = \frac{d(TR - TC)}{dQ} = \frac{d(TR)}{dQ} - \frac{d(TC)}{dQ} = MR - MC = 0,$$

və yaxud

$$MC = MR \neq P$$

7.3. İnhisarlara qarşı dövlətin qiymət siyasətinin əsas variantları.

İnhisarlara qarşı dövlət siyasəti bazarda və ya sahədə inhisarlaşmanın qarşısının alınmasına yönəldilən qanun, qərar və digər normativ hüquqi aktlar toplusunu əhatə edir. Elə sahələr də vardır ki, orada inhisarlaşmanın qarşısının alınması məqsədəuyğun deyil.

Ona görə ki, istehsalın bir neçə müəssisə arasında bölüşdürülməsi məhsul vahidinə düşən istehsal xərclərinin artmasına səbəb ola bilər. Belə sahələrə əsasən təbii inhisar (su, qaz, enerji təchizatı və s.) sahələri aid edilir.

Təbii inhisara münasibətdə dövlət siyasətinin bir neçə variantları mövcuddur:

I variant. Qiymətlər dövlət tərəfindən D_4 tələb xəttinin MC son hədd xərcləri əyrisi ilə kəsişməsi (nöqtəsi) W səviyyəsində qoyulur. Dövlət bu qiymətlərlə tələbin tam ödənilməsini inhisarlara öhdəçilik kimi qəbul etdirir. Nəticədə istehsal həcmi Q_1 -ə, qiymət P_1 -ə bərabərdir.

Siyasətin bu variantının üstünlüyü ondan ibarətdir ki, qiymət son hədd xərclərinə bərabərdir və buna görə də məhsul buraxılışının strukturunda səmərəliliyə nail olunur.

II variant. Dövlət qiymətləri D tələb xəttinin LAC orta xərclər əyrisi ilə kəsişmə nöqtəsi (S nöqtəsi) səviyyəsində müəyyən edir. Dövlət həmçinin bu qiymətlərlə tələbin tam öyrənilməsini inhisarlara öhdəçilik kimi qəbul etdirir. Nəticədə istehsal həcmi Q_2 , qiymət P_2 təşkil edir. Bu variantın üstünlüyü büdcə dotasiyasına ehtiyacın aradan qaldırılmasından ibarətdir. Onun çatışmamazlığı isə qiymətlərin son hədd xərclərindən yüksək olması ilə əlaqədar məhsul buraxılışının strukturunda səmərəliliyə nail olunmamasıdır. İnhisar tərəfindən buraxılan məhsulun istehsalı olduqca azdır.

III variant. İlk iki variantın üzvi əlaqəsidir. Onu elektroenergetikanın timsalında nəzərdən keçirək. İstehsal müəssisələrinə buraxılan elektrik enerjisinə görə ödənişlər əksər hallarda ikistavkalı tariflər üzrə müəyyən edilir. Ödənişlərin birinci hissəsi istehlak edilmiş elektrik enerjisinin kəmiyyətinə, ikinci hissəsi isə elektrik avadanlığının birləşdirilmiş gücünə mütənasibdir. Dövlət istehlak edilmiş bir kilovatt/saat elektrik enerjisinə görə onun istehsalına və nəqlinə son hədd xərcləri səviyyəsində qiymətləri müəyyən edə bilər. Bir kilovatt birləşdirilmiş gücə görə ödənişi dövlət o ölçüdə müəyyən edə bilər ki, elektrik enerjisi istehsalçıların ümumi gəliri (elektrik enerjisinə görə ödənişlər daxil olmaqla) onların xərclərini tam ödəsin. Beləliklə, buraxılışın strukturunun səmərəliliyi şərti (elektrik enerjisinin qiymətinin son hədd xərclərinə bərabərliyi) yerinə yetirilir, eyni zamanda dövlət dotasiyalarına ehtiyac duyulmur.

Təbii inhisarlara münasibətdə dövlət siyasətinin nəzərdən keçirilən variantları ümumi çatışmamazlıqlara malikdir. Nəzərdə tutulur ki, dövlət orqanları faktiki xərclərdən bə'zi növ izafi xərcləri çıxarmaqla xərclərin "əsaslandırılmış" səviyyəsini müəyyən etmək qabiliyyətinə malikdirlər. Təbii inhisarlarda isə xərclərin aşağı salınması dövlət qiymətlərinin aşağı salınmasına gətirib çıxardığına görə xərclərin aşağı salınması üçün heç bir ciddi stimulyoxdur.

Ona görə də dövlət siyasətinin dövlət qiymətlərinin qoyulmasını nəzərdən tutmayan **IV variantını** nəzərdən keçirək. Dövlət hərrac keçirir və dövlət büdcəsinə maksimum ödəniş məbləği köçürməyi öhdəsinə götürən müəssisəyə məhsul və ya xidmət növünü istehsal etmək hüququ verir. Eyni zamanda dövlət tərəfindən qiymətlərin və məhsul buraxılışının birbaşa tənzimlənməsi həyata keçirilmir. Müəssisə Q_3 məhsul həcmi seçir (bu halda $MR=LMC$) və P_3 qiymətini tə'yin edir. Prinsip e'tibarilə inhisar mənfəəti P_3NMR bütövlükdə təsbit olunmuş ödəniş formasında dövlət büdcəsinə alına bilər. Dövlət siyasətinin bu variantının üstünlüyü dövlət büdcəsinin gəlirlərinin artması və dövlət müdaxiləsinin minimum olması, çatışmamazlığı isə məhsulun olduqca az istehsal edilməsindən və məhsul buraxılışının strukturunun səmərəliliyi şərtinin kobud şəkildə pozulmasıdır.

7.4. Qiymət ayrı-seçkiliyi, onun tipləri və ya dərəcələri.

Məhsulun (yaxud müxtəlif istehsalçılardan bir alıcı tərəfindən alınan məhsulun) müxtəlif alıcılara müxtəlif qiymətlərlə satışı (yaxud alınması) qiymət ayrı-seçkiliyi adlandırılır. Bu anlayışdan onunla şərtlənən hadisələrin qiymətlərin əmtəə və xidmətlərin keyfiyyətindən (məsələn, növündən, ölçüsündən, faydalı tərkibindən və s.) asılı olaraq differensiallaşdırılmasından fərqləndirilməsi məqsədilə istifadə olunur.

Tam rəqabət şəraitində qiymət ayrı-seçkiliyi qeyri-mümkündür. Ona görə ki, rəqabətli bazarda alıcı və satıcıların qarşılıqlı fəaliyyəti istənilən həmcins əmtəə üçün vahid bazar qiymətinin əmələ gəlməsinə gətirib çıxarır. Qiymət ayrı-seçkiliyi yalnız tam rəqabət olmayan şəraitdə mümkündür. Belə şəraitdə inhisarlar (yaxud monopsoniyalar) bazarın seqmentləşdirilməsini həyata keçirə bilirlər və onların hər birində eyni bir əmtəə və ya xidmətə müxtəlif qiymətlər müəyyən edə bilirlər. Bunun üçün aşağıdakı üç şərtin yerinə yetirilməsi zəruridir:

1. Tələbin (inhisarçı üçün) yaxud təklifin monopsoniya üçün qiymət elastikliyi müxtəlif alıcılarda (yaxud alıcılarda) əhəmiyyətli dərəcədə müxtəlif olmalıdır. Əks halda bazarın bölüşdürülməsinin və qiymət ayrı-seçkiliyinin heç bir mənası yoxdur.

2. Alıcılar (inhisar üçün) yaxud satıcılar (monopsoniyalar üçün) asanlıqla eyniləşdirilməsi olmalıdırlar. Əks halda müəyyən mənası olsa belə bazarın bölüşdürülməsi qeyri-mümkün olardı.

3. Qiymət ayrı-seçkiliyinin tətbiq edildiyi əmtəə yaxud xidmət bir bazarın alıcıları (yaxud satıcıları) tərəfindən digər bazarın alıcılarına (yaxud satıcılarına) yenidən satıla bilməz. Əmtəələrin “ucuz” bazardan “bahalı” bazara sərbəst hərəkəti bir qiymətin əmələ gəlməsinə çıxarır və qiymət ayrı-seçkiliyini praktiki olaraq mümkünsüz edir.

Göründüyü kimi, qiymət ayrı-seçkiliyinin aparılması üçün daha əlverişli şərait xidmət sferasında, çünki, bir qayda olaraq, onlar yenidən satıla bilməzlər. Maddi istehsal sferasında qiymət ayrı-seçkiliyi o halda asan həyata keçirilir ki, müxtəlif bazarlar bir-birindən coğrafi yaxud tarif məhdudiyyətləri vasitəsilə uzaqlaşdırılır və uyğun olaraq əmtəənin “ucuz” bazardan “bahalı” bazara yenidən satışı yüksək xərclərlə əlaqədar olur.

Qiymət ayrı-seçkiliyi bazarın mülkiyyət prinsipi üzrə bölünməsi (dövlət, kooperativ, iqtisadiyyatın xüsusi sektoru) əsasında, istehsalçı yaxud istehlakçı müəssisələrin sahəvi mənsubiyyətindən asılı olaraq, əmtəənin istehsal vasitəsi və ya istehlak əşyası kimi alınması əsasında mümkündür. Lakin bütün bu hallarda qiymətlərin differensiallaşdırılması bazar maneələrinin saxlanması üzrə dövlət nəzarətinə əsaslanmalıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, müxtəlif bazarların alıcıları (satıcıları) arasında əmtəələrin bölüşdürülməsinin mümkün kanallarının bağlanması üçün bu nəzarətin səmərəliliyi heç də həmişə yüksək olmur.

Qiymət ayrı-seçkiliyinin üç növü yaxud dərəcəsi möv-cuddur ki, onları inhisar tərəfindən aparılan ayrı-seçkilik timsalında nəzərdən keçirmək olar.

Tam qiymət ayrı-seçkiliyi yaxud birinci dərəcəli ayrı-seçkilik hər bir həmcins əmtəə vahidinə onun tələb qiymətinə bərabər qiymət qoyulduqda mümkündür ki, bu halda istehlakçı artıqlığı inhisarçı tərəfindən müsadirə edilir.

Tam qiymət ayrı-seçkiliyi xalis şəkildə çətin həyata keçirilə bilən prosesdir. Ona fərdi istehsal şəraitində yaxınlaşmaq mümkündür. Ona görə ki, bu şəraitdə hər bir məhsul vahidi

konkret istehlakçının sifarişi əsasında hazırlanır və qiymətlər sifarişçilərlə müqavilələr üzrə müəyyən edilir (qoyulur).

İkinci dərəcəli qiymət ayrı-seçgiliyi çoxlu sayda qiymətlər qoyulan hallarda tətbiq edilir. Beləliklə, əgər tam qiymət ayrı-seçgiliyi şəraitində eyni bir məhsula eyni zamanda müxtəlif səviyyəli qiymətlər mövcud olursa, ikinci dərəcəli ayrı-seçkilik şəraitində eyni zamanda qiymətlərin bir neçə pilləsi fəaliyyət göstərir. Nəticədə tam ayrı-seçkilikdən fərqli olaraq, inhisarçı istehlakçı artıqlığını bütövlükdə deyil, yalnız onun bir hissəsini öz xeyrinə mənimsəməyə nail olur.

Təcrübədə ikinci dərəcəli qiymət ayrı-seçgiliyi tez-tez müxtəlif növ qiymət diskontları və yaxud güzəştləri formasını qəbul edir. Məsələn:

a) göndəriş həcminə görə güzəştlər — göndəriş yaxud sifariş həcmi nə qədər yüksəkdirsə, qiymətlərə edilən güzəştlər də bir o qədər yüksəkdir;

b) kumulyativ güzəştlər — dəmir yoluna mövsümi bilet birdəfəlik biletə nisbətən ucuzdur, qəzet və jurnala illik abunə haqqı pərakəndə satışda bir nüsxənin qiymətinə nisbətən aşağı ola bilər;

v) vaxt üzrə qiymət ayrı-seçkiliyi — səhər, günorta və axşam kino seanslarının müxtəlif qiymətləri; gündüz və axşam vaxtlarında, iş və istirahət günlərində restoranlarda qiymət əlavələrinin müxtəlif kəmiyyəti, mehmanxanalarda yay və qış mövsümlərində müxtəlif tariflər və s.

Üçüncü dərəcəli qiymət ayrı-seçkiliyi onunla fərqlənir ki, onun əsası ayrı-seçgiliyin birinci ikinci dərəcəsinə olduğu kimi əmtələrin ayrı-ayrı vahidlərinə tələb qiymətlərinin müxtəlifliyi deyil, alıcıların özlərinin qruplara ayrılmasıdır və hər bir qrup üçün öz reallaşdırma qiyməti qoyulur.

Qiymət ayrı-seçgiliyini həyata keçirən inhisarçı üçün ayrı-ayrı bazarlar arasında satışın optimal bölüşdürülməsi şərti hər bir bazarda son hədd gəlirinin bərabərliyi. İki bazar olduğu halda $MR_A = MR_B$.

$$\text{Mə'lum olduğu kimi, } MR = P \left(1 - \frac{1}{\ell} \right),$$

Bu bərabərliyi aşağıdakı kimi də yazmaq olar:

$$P_A \left(1 - \frac{1}{\ell_A} \right) = P_B \left(1 - \frac{1}{\ell_B} \right) \text{ yaxud } \frac{P_A}{P_B} = \frac{1 - \frac{1}{\ell_B}}{1 - \frac{1}{\ell_A}}$$

Göründüyü kimi, bərabər tələb elastikliyi ($\ell_A = \ell_B$) zamanı qiymət ayrı-seçgiliyi qeyri-mümkündür ($P_A = P_B$). Əgər tələb elastikliyi müxtəlif bazarlarda fərqlidirsə, onda hansı bazarda o, yüksəkdirsə, həmin bazarda qiymət aşağı olacaqdır ($\ell_A > \ell_B$, $P_A < P_B$).

Ümumiyyətlə, qiymət ayrı-seçgiliyi şəraitində buraxılış həcmi adi inhisar vəziyyətinə nisbətən yüksəkdir və tam rəqabət şəraitində olduğu səviyyəyə yaxınlaşır. Bə'zi əmtə və xidmətlər qiymət ayrı-seçgiliyi olmadan istehsal edilməyə də bilər. Bunun bir səbəbi ondan ibarətdir ki, dövlət belə siyasətin həyata keçirilməsinə himayədarlıq edir və özü onu həyata keçirir. Digər səbəb isə qiymət ayrı-seçgiliyinin istehlakçıların real gəlirlərindən fərqləri azaltmasıdır.

Bununla bərabər elə də hesab etmək olmaz ki, qiymət ayrı-seçgiliyi cəmiyyət üçün sərfəlidir, o, resursların sahələrarası səmərəsiz bölüşdürülməsi ilə də müşayiət oluna bilər. Məsələ ondan ibarətdir ki, istehsalın $MC=MR$ bərabərliyi ilə müəyyən edilən həddən artıq artımı o deməkdir ki, hər bir əlavə məhsul vahidi onun tələb xəttindən yüksək olan xərclərlə istehsal edilir və buna görə də əlavə xərclərin yönəldilməsi üçün başqa sfera axtarmaq ideyası yaranır.

MÖVZU 8. OLİQOPOLİYA VƏ İNHİSAR RƏQABƏTİ BAZARINDA QİYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

PLAN:

- 8.1. Oliqopolistik qiymətəmələgəlmənin nəzəri müddəaları
- 8.2. Oliqopoliya bazarının tarazlığının kəmiyyət və qiymət modelləri
- 8.3. İnhisar rəqabəti bazarında qiymətin əmələ gəlməsi

8.1. Oliqopolistik qiymətəmələgəlmənin nəzəri müddəaları

Oliqopoliya bazarı müasir şəraitdə müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatında geniş tətbiq olunan bazar strukturlarından biridir. Metallurgiya, kimya, elektronika, gəmiqayırma kimi əksər texniki cəhətdən mürəkkəb sənaye sahələri oliqopoliya bazarında fəaliyyət göstərirlər.

Oliqopoliya bazarı bir-birinin qiymət siyasətinə və marketinq strategiyasına həssas olan, ardıcıl olaraq rəqiblərinin reaksiyası ilə hesablaşmağa məcbur olan azsaylı istehsalçılardan ibarətdir. O, elə bir bazar strukturudur ki, orada —

a) bir neçə müəssisə (təxminən 7—10) bütün bazarı yaxud onun əsas hissəsini təmin edir;

b) bəzi müəssisələr əmtəənin bazar həcmində yüksək (20%-dən artıq) xüsusi çəkiyə malikdirlər və onlar qiymətləri diqtə etməklə, satış həcmi dəyişməklə, digər qiymətəmələgətirən amillərə təsir göstərməklə bazar qiymətlərinə təsir etmək qabiliyyətinə malikdirlər;

v) müəssisə qiymətəmələgəlmədə və davranışın digər istiqamətlərdə rəqiblərdən asılılığını başa düşməli və onların reaksiyasını uçota almalıdır.

Oliqopoliya bazarına giriş adətən çətindir. Bu bazarın formalaşmasının başlıca səbəbi istehsal miqyasındakı qənaətdir. Sahə o vaxt oliqopolistik struktura malik olur ki, burada müəssisənin iri ölçüsü xərclərdə əhəmiyyətli qənaəti təmin etsin və ardıcıl olaraq iri müəssisə xırda müəssisələrlə müqayisədə ciddi üstünlüklərə malik olsun.

Oliqopoliya şəraitində rəqabət açıq, hətta aqressiv xarakter daşıyır. İstehsalçıların sayı az olduğuna görə onlardan biri tərəfindən satışın artırılması və yaxud qiymətin aşağı salınması, digər oliqopolistlərin məhsullarının reallaşdırılması şəraitini kəskin dəyişə bilər.

Oliqopolistlər öz məhsullarının qiymətlərini aşağı salmağa meyilli deyillər. Ona görə də rəqabət, bir qayda olaraq, qeyri-qiymət xarakteri kəsb edir.

Satışın və mənfəətin artırılmasının əsas metodları bunlardır:

1. Məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması. Bu, istehlak effekti vahidinə qiymətlərin aşağı salınması ilə eynigüclüdür. Lakin, qiymətlərin birbaşa aşağı salınmasından fərql olaraq, keyfiyyətin yüksəldilməsi bir o qədər aydın görünür və oliqopolist üçün rəqiblər tərəfindən əlverişsiz reaksiya yaratmaya da bilər.

2. Öz məhsulunun reklam edilməsi;

3. Məhsulun differensiallaşdırılması. Reklamın səmərəli olması üçün oliqopolist öz məhsulunu rəqiblərin məhsullarından fərqləndirməlidir. Bu fərqlər yalnız xarici görünüşlə bağlı ola bilərlər (dizayn, qablaşdırma və s.).

Tam rəqabət şəraitində müəssisə istehsal həcmi dəyişərək bazara çox cüz'i tə'sir göstərir. Ona görə də müəssisənin bu və ya digər hərəkətinə rəqib reaksiyası olur.

İnhisarçı qiyməti və istehsal həcmi dəyişərkən rəqiblərin deyil, istehlakçıların reaksiyasını uçota almalıdır, çünki onun rəqibləri yoxdur.

Oliqopolist isə qiyməti və istehsal həcmi dəyişməklə bazara əhəmiyyətli dərəcədə tə'sir göstərir və o, həm istehlakçıların reaksiyasını (tələb həcmi dəyişməsi), həm də rəqiblərin reaksiyasını nəzərə almalıdır.

Oliqopolistik bazarda, müəssisələrin davranışının üç modelini ayırmaq olar:

- 1) koordinasiya edilməyən oliqopoliya;
- 2) müəssisələrin sövdələşmələri;
- 3) "qaydalar üzrə oyun".

Oliqopolistik müəssisəni düşündürən əsas məsələ onun öz məhsulunun qiymətini dəyişdirməsinə rəqiblərin reaksiyasıdır. Əgər xərclər azalır və yaxud bazar tələbi aşağı düşürsə, müəssisə qiyməti aşağı salmağa tələsmir. Ona görə ki, onlar rəqiblər tərəfindən düzgün başa düşülməyə bilər və "qiymət müharibəsi" başlanır. Əksinə, əgər xərclər yaxud tələb artırsa, müəssisə qiyməti yüksəltməyə təəddüd edir, çünki o, rəqiblərin öz qiymətlərini yüksəltməməsindən qorxur. Bu, oliqopoliya üçün xarakterik olan qiymət ciddiliyidir.

Oliqopolistik qiymətmənləşmənin bütün modellərində uzunmüddətli dövrdə rəqabət aparan oliqopolistlərin eyni məhsullara uyğun qiymətləri yaxud differensial məhsullara isə müqayisəli qiymətlərin müəyyən edilməsindən başqa variantları yoxdur. Beləliklə, oliqopolistlər koordinasiya edilmiş qiymətlərə bir neçə yolla nail ola bilərlər: birincisi, gizli razılaşmanın bağlanması; ikincisi, qiymət liderliyi; üçüncüsü — düşünülmüş paralelizm; dördüncüsü — kütləvi informasiya vasitələri ilə qiymətlər haqqında məlumat verilməsi.

Bütün bunlarla yanaşı oliqopolistlər arasında qiymətlərin əks rəqabət koordinasiyasına əngəl olan amillər (məhsulun differensiallaşdırılması, sahəvi tələbin dəyişkən şəraiti, firmaların malik olduğu bazar payları və s.) də mövcuddur ki, onların mahiyyəti və qarşılıqlı əlaqələri öyrənilməlidir.

Oliqopolistlər üçün əsas çətinlik rəqiblərin fəaliyyəti və reaksiyasının qeyri-müəyyənliyidir. Bu problemin oliqopoliyanın miqdar və qiymət modelləri üzrə araşdırılması daha səmərəli ola bilər.

Oliqopoliyanın tam müfəssəl nəzəriyyəsi yoxdur. Lakin bununla bərabər, onun bütün modelləri arasındakı ümumi və fərqli cəhətlər də vardır ki, onlar fransız riyaziyyatçısı və iqtisadçısı O. Kurnonun sadə duopoliya modeli təmsilində şərh edilir. O, Kurno təsdiq edirdi ki, firmalar onların mənfəətini maksimumlaşdıran buraxılış həcmi seçirlər və bu zaman rəqiblərin satış həcmi təsbit olunduğunu nəzərdə tuturlar. O, müəyyən etmişdir ki, istənilən sayda firmalar üçün qiymət və istehsal həcmi üzrə müəyyən və sabit tarazlıq mövcuddur. Kurno modeli üç mərhələdə baxılır. Birinci mərhələdə iki firmadan hər biri

bərabər daimi son hədd xərclərinə malikdir və xətti dinamikaya uyğun sahə tələbi ilə üzləşirlər. İkinci mərhələdə çoxlu sayda müəssisə nəzərdən keçirilir. Üçüncü mərhələ xərcləri və tələbin formalaşmasının ümumi şəraitini əhatə edir. Hər üç mərhələdə sahəyə giriş qapalıdır, hər bir müəssisənin məhsulları istehlakçı nöqtəyi-nəzərindən həmcinsdir.

Oliqopolianın müfəssəl nəzəriyyəsi mövcud deyil. İş ondadır ki, oliqopolistin bu və ya digər hərəkətinə rəqiblərin reaksiyası çox müxtəlif ola bilər. Bu reaksiyanın xarakteri haqqında hər bir təsəvvürə öz oliqopoliya modeli uyğun gəlir.

8.2. Oliqopoliya bazarının tarazlığının miqdar və qiymət modelləri

Oliqopolianın miqdar modellərinə Kurno, Çemberlin və Ştakkelberq modelləri də aid edilir.

Oliqopolianın bütün modelləri üçün bə'zi ümumi cəhətlər xarakterikdir. Onları fransız riyaziyyatçısı və iqtisadçısı O.Kurnonun sadə duopoliya modeli təmsilində şərh edilir.

Duopoliya — oliqopolianın müəyyən məhsul növünün iki istehsalçısı olduğu xüsusi vəziyyətdir.

Modeldə nəzərdə tutulur ki, duopolistlərdən hər biri istehsal həcmi haqqında qərar qəbul edərək, hesab edirlər ki, o, digər duopolistin məhsul buraxılışı həcminə tə'sir göstərmir. Başqa sözlə, hər bir duopolist öz rəqibinin istehsal həcminə verilmiş mə'lum kəmiyyət kimi baxırlar.

Tutaq ki, məhsul növünə tələb funksiyası aşağıdakı şəkildədir:

$$Q = 10 - P$$

burada, Q — vaxt vahidində tələbin həcmi, min ədəd; P — bir mə'mulatın qiymətidir, manat.

Məsələn, əgər mə'mulatın qiyməti 4 manat olarsa, alıcılar bu qiymətlə $10 - 4 = 6$ min ədəd mə'mulat almağa hazırdırlar.

Tələb funksiyasını aşağıdakı şəkildə də vermək olar:

$$P = 10 - Q$$

Əgər iki duopolistin məcmu istehsal həcmi (Q) vaxt vahidində 7 min ədəd təşkil edərsə, onda bu məhsul həcmi alıcılara bir mə'mulat vahidinin qiyməti $10 - 7 = 3$ manat olmaqla reallaşdırıla bilər.

Birinci duopolistin istehsal həcmi q_1 ilə, ikinci duopolistin istehsal həcmi isə q_2 ilə işarə edək.

Növbəti təhlilin sadələşdirilməsi üçün fərz edək ki, məhsul vahidinin istehsal xərcləri istehsal həcmindən asılı deyil və 2 manata bərabərdir. Başqa sözlə, birinci oliqopolistin ümumi xərcləri

$$TC_1 = 2q_1,$$

olacaqdır. Burada, TC_1 — oliqopolistin ümumi xərcləri, min manat; q_1 — birinci oliqopolistin istehsal həcmi, min ədəd.

Analoji qaydada ikinci oliqopolistin ümumi xərclər funksiyası

$TC_2 = 2q_2$ kimidir. Bu halda son hədd xərcləri $MC_1 = MC_2 = 2,0$ manat olacaqdır.

Növbəti dövrdə ikinci firma, bazara daxil olur. O, birinci firmanın $q_1 = 4$ min mə'mulata bərabər istehsal həcmi nəzərə alır və onun əsasında öz məhsuluna tələb funksiyasını müəyyən edir: $q_2 = Q - q_1 = (10 - P) - 4 = 6 - P$. O, $q_2 = 2$ min mə'mulata bərabər istehsal həcmi (bu halda $MR_2 = MC_2$) seçir və 4 manata bərabər qiymət tə'yin edir. Birinci firma da məhsulu həmin qiymətlə satmağa məcburdur.

Müəyyən dövrdən sonra birinci firma yenidən fəaliyyətə başlayır. O, ikinci firmanın istehsal həcmi ($q_2 = 2$) nəzərə alır və öz məhsuluna tələb funksiyasını müəyyən edir: $q_1 = 10 - q_2 = (10 - P) - 2 = 8 - P$.

Tələb funksiyasını aşağıdakı şəkildə yazaq:

$$P = 10 - (q_1 + q_2)$$

İkinci firmanın mə'lum istehsal həcmində birinci firmanın mənfəətinin maksimumlaşdırılması şərtini formalaşdıraraq. Əvvəlcə, $q_1 + q_2$ istehsal həcmi nəzərə alınmaqla birinci firmanın mənfəətini (M_1) müəyyən edək:

$$M_1 = P \cdot q_1 - TC_1 = [10 - (q_1 + q_2)]q_1 - 2q_1 = 8q_1 - q_1^2 - q_1 \cdot q_2$$

Mənfəətin (P_1) istehsal həcminə (q_1) görə törəməsini tapaq və alınan nəticəni sıfıra bərabərləşdirək:

$$\frac{dM_1}{dq_1} = 8 - 2q_1 - q_2 = 0.$$

Sonuncu bərabərlikdən istifadə edərək, q_1 -i q_2 ilə ifadə edək:

$$q_1 = 4 - 0,5q_2$$

Bu bərabərlik onu göstərir ki, ikinci firmanın istehsal həcmi 2 min mə'mulat olarsa, birinci firmanın mənfəətini maksimumlaşdırılması üçün onun istehsal həcmi $q_1 = 4 - 0,5 \cdot 2 = 3$ min mə'mulat təşkil etməlidir.

Analoji qaydada birinci firmanın mə'lum istehsal həcmi nəzərə alınmaqla ikinci firmanın mənfəətinin maksimumlaşdırılması şərtini müəyyən etmək olar:

$$q_2 = 4 - 0,5q_1$$

Çemberlinin duopoliya modeli nəzərdə tutur ki, duopolistlər Kurno modelindən fərqli olaraq öz xüsusi təcrübələrindən nəticə çıxarmaq qabiliyyətindədirlər. Əgər onlar müşahidə etsələr ki, rəqibin məhsul buraxılışı onların xüsusi qərarlarına cavab olaraq dəyişir, onda bir-birinin istehsal həcminə əvvəlcədən verilmiş kəmiyyət kimi baxılması təsəvvürünü inkar edəcəklər.

Nəticədə onlar birgə mənfəətlərinin maksimumlaşdırılması istiqamətində fəaliyyətin hər birinin maraqları dairəsində olduğunu başa düşəcəklər. Bu da onların məhsuluna arzu olunan inhisar qiymətlərinin qoyulmasına gətirib çıxaracaqdır.

1934-cü ildə Ştakkelberq tərəfindən təklif olunmuş assimetrik duopoliya modeli Kurno və Çemberlin modellərinin inkişafını nəzərdə tutur. Ştakkelberq duopoliyasının assimetriyası ondan ibarətdir ki, duopolistlər müxtəlif davranış tiplərini seçə bilirlər — liderliyə söy göstərə bilirlər və davamçı kimi qala bilirlər. Burada 4 variant mümkündür:

Duopolist-1 lider, duopolist-2 davamçı;

Duopolist-2 lider, duopolist-1 davamçı;

Hər iki duopolist özünü davamçı kimi aparır;

Hər iki duopolist özünü lider kimi aparır.

Göstərilən model və variantların izahına xüsusi yer verilməlidir.

8.3. İnhisar rəqabəti bazarında qiymətin əmələ gəlməsi

İnhisarın və rəqabət elementlərinin üzvi əlaqəsi öyrənilən bazar strukturunda sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas cizgilərini müəyyən edir.

Müəssisənin hər bir əmtəəsi onu rəqib əmtəəsindən fərqləndirən xüsusi xarakterik cizgilərə malik olduğundan inhisar rəqabətli müəssisə öz məhsuluna qiymətqoymada müəyyən sərbəstliyə malik olur. Rəqib qiymətindən aşağı qiyməti təyin edərək müəssisə öz əmtəəsinin satış həcmi artırmaqla bilər. Digər tərəfdən, əmtəəsinin qiymətini yüksəldən müəssisə tələbin azalmasını gözləyə bilər, çünki alıcıların bir hissəsi ucuz ticarət nişanlarına keçərlər. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, müəssisə satış həcmi azaltmadan qiyməti və qiyməti aşağı salmadan satış həcmi yüksəldə bilməz. Bu nisbət və asılılıqlara müxtəlif vaxt intervallarında (qısamüddətli və uzunmüddətli) baxıla bilər. İnhisar rəqabəti modeli vaxt intervallarında müvafiq bazar şəraitində tipik müəssisə üçün bazar tarazlığı vəziyyətini əks etdirir.

Uzunmüddətli dövrdə inhisar rəqabətli müəssisə öz mənfəətini artırmaq üçün qeyri-qiymət rəqabəti metodlarından istifadə edirlər. Onlar aşağıdakılardır:

- 1) Məhsulun diferensiallaşdırılması;
- 2) Məhsulun təkmilləşdirilməsi;
- 3) Məhsulun reklam edilməsi.

Təkmil rəqabət bazarları bazar mexanizminin fəaliyyətinə, istehsalçıların və istehlakçıların məcmu artıqlığının maksimum həddə çatmasına maneələr yaranmayana qədər iqtisadi cəhətdən səmərəlidirlər. İnhisar rəqabəti bazarı bir sıra cəhətlərinə görə azad rəqabətə uyğun olsa da, qiymət və satış həcmi cəhətdən nə dərəcə səmərəli olmasını inhisar bazarının qiymət tənzimlənməsinin məqsəduyğunluğunun elmi əsaslandırılması üzrə aparılan müqayisəli təhlil nəticəsində müəyyən etmək olar. Bu baxımdan inhisarlaşmanın yaratdığı itgilər də qiymətləndirilməlidir.

Praktiki baxımdan qeyd etmək lazımdır ki, qiymət və istehsal həcmindəki dəyişikliklər yalnız inhisarlaşma nəticəsində baş vermir. Təşkilati və texnoloji yeniliklərin tətbiqi ilə əlaqədar son hədd xərclərinin dəyişməsi nəticəsində qiymətlərdə dəyişkənlik olması tam mümkündür. Həmin yeniliklər istehsal xərclərinin azalmasına gətirib çıxara bilər. Əgər xərclərin azalması əhəmiyyətli dərəcədədirsə, onda sahənin inhisarlaşmasından sonra məhsul buraxılış arta bilər, qiymət isə aşağı düşər.

Yuxarıda göstərilən məsələləri nəzəri baxımdan daha geniş şərh edilməli, imkan daxilində onların analitik və qrafik izahı da yerinə yetirilməlidir.

İnhisar rəqabəti qarşılıqlı əvəz edilən əmtəələr qrupunun bir-birindən asılı olmayan çoxlu sayda müəssisələr tərəfindən istehsal olunduğu bazar strukturudur. Əmtəələr qarşılıqlı əvəz edilən olmasına baxmayaraq bir-birindən qablaşdırılmasına, satış yerinə və s. görə fərqlənirlər. Elə buna görə də xalis rəqabət şəraitindən fərqli olaraq ayrılıqda hər bir istehsalçı məhsulunun istehsal həcmi dəyişərək öz əmtəəsinin qiymətinə təsir göstərə bilər.

İstehsalçıların sayı çox olduğuna görə onların hər biri müəyyən əmtəə qrupunun reallaşdırılması şəraitinə əhəmiyyətsiz (cüz'i tə'sir göstərir. Ona görə də oliqopoliyadan fərqli olaraq, hər bir istehsalçı bu və ya digər hərəkətə qarşı öz rəqiblərinin cavab reaksiyasına diqqət yetirməyə də bilər. Görünür ki, bu reaksiya heç olmayacaqdır, belə ki, istehsalçının digərlərinə

tə'siri olduqca zəifdir. Beləliklə, inhisar rəqabəti bazarını digər bazar strukturlarından fərqləndirən 4 amili qeyd etmək olar:

- əmtəənin diferensiallaşdırılması;
- çoxlu sayda satıcıların olması;
- qiymət rəqabəti;
- qiymət göstəriciləri üzrə rəqabət.

Inhisar rəqabətli müəssisələr adətən kiçik ölçüdə olurlar. Nəhayət, inhisar rəqabətinin daha bir xüsusiyyəti müəssisələr arasında ciddi qiymət rəqabətinin olmasıdır. Rəqabət qismən qiymət üzrə, qismən də məhsulun keyfiyyəti, texniki parametrləri və xidmətlər üzrə aparılır. Bu baxımdan inhisar rəqabətli müəssisə eyni zamanda satış həcminə təsirin üç strategiyasından istifadə edə bilər:

Birincisi, müəssisə qiyməti dəyişə bilər, yəni rəqibin qiymət üzrə rəqabət strategiyasını izləyə bilər;

İkincisi, müəssisə müəyyən keyfiyyət parametrlərinə malik əmtəə istehsal edə bilər, başqa sözlə, onun əmtəəsini rəqiblərin əmtəəsindən fərqləndirən texniki parametrlər əsasında differensiallaşdırma strategiyasını həyata keçirə bilər;

Üçüncüsü, alıcıların diqqətini cəlb etmək üçün satışın stimullaşdırılması və reklam taktikasına yenidən baxa bilər.

Belə bir misala diqqət yetirək. Şəhərdə bir neçə min bərbər işləyir. Onlar hamısı müştərilərə eyni xidmətlər dəstini təqdim edirlər. Bununla bərabər bir çox müştərilər müəyyən bir bərbərə üstünlük verirlər. Bu da onun göstərdiyi xidmətin digərlərinin xidmətindən müsbət mə'nada fərqlənməsi və bərbərxananın əlverişli yerdə yerləşməsi səbəbləri ilə bağlıdır. Tutaq ki, bərbər öz xidmətinin qiymətini yüksəltdi. Mə'lumdur ki, onun xidmətinə tələbin həcmi azalacaqdır. Onun bə'zi keçmiş müştəriləri digər bərbərlərə müraciət edəcəklər. Lakin qiymətlərin yüksəldilməsi zamanı tam rəqabət şəraitində işləyən müəssisədə olduğu kimi, tələbin həcmi "sıfır" qədər azalmayacaq. Bir çox müştərilər həmin bərbərin xidmətindən istifadə etməkdə davam edəcəklər. Uyğun olaraq, demək olar ki, bərbər qiymətə bazar tərəfindən verilən (müəyyən edilən) kəmiyyət kimi baxmır. O, qiyməti yüksəldə bilər və ya aşağı sala bilər.

Bu zaman təbiidir ki, onun xidmətlərinə tələbin həcmi dəyişir. Beləliklə, hər bir bərbər müəyyən və olduqca məhdudlaşdırılmış "inhisar" hakimiyyətinə malikdir. Əgər bərbər öz xidmətinin qiymətini yüksəldirsə, bu, bərbər xidmətlərinin şəhər bazarının vəziyyətinə heç cür öz əksini tapmayacaqdır. Ona görə ki, hər bir bərbər şəhər əhalisinin çox az bir hissəsinə xidmət göstərir. Ona görə də onlardan istənilən biri öz məhsulunun qiymətinin dəyişdirilməsinə digər bərbərlərin mümkün reaksiyasını nəzərə almaya da bilər.

Bundan başqa, inhisar rəqabəti modelində istehsalçıların bir fəaliyyət sferasından digərinə keçməsinə heç bir məhdudiyyət yoxdur. Bu, o deməkdir ki, bazar tarazlığı vəziyyətində istehsalçılar uzun müddət ərzində "iqtisadi" mənfəət əldə etməlidirlər. Əgər mənfəət müsbət olsaydı, digər sahələrin istehsalçılarının bu sahəyə keçməsinə, qarşılıqlı əvəz edilən əmtəələr qrupunun təklifinin artmasına, qiymətlərin aşağı düşməsinə və mənfəətin itməsinə gətirib çıxarardı.

Bazar tarazlığı şəraitində tipik müəssisənin mənfəət ldə etməməsinə baxmayaraq, son hədd xərcləri qiymətdən kiçikdir. Bu, o deməkdir ki, ictimai faydalılıq tə'min olunmur. Əlavə məhsul vahidinin istehlakçılar tərəfindən qiymətləndirilməsi onların istehsalı üçün zəruri olan əlavə resursların qiymətləndirilməsindən yüksəkdir. Tipik müəssisə olduqca az məhsul istehsal edir.

Bu problemə başqa nöqteyi-nəzərdən də baxmaq olar. Əgər tipik müəssisə q_3 sayda məhsul vahidi istehsal edərsə, onda orta xərclər aşağı olacaqdır. Məsələn, əgər bazar tarazlığı şəraitində 4000 bərbər hər biri hər ay 200 müştəriyə xidmət göstərsə, 2000 bərbərin, hər biri hər ay 400 müştəriyə xidmət göstərəcəksə, bərbərlərin iş vaxtından və digər resurslardan səmərəli istifadə hesabına məcmu xərcləri azaltmaq olar.

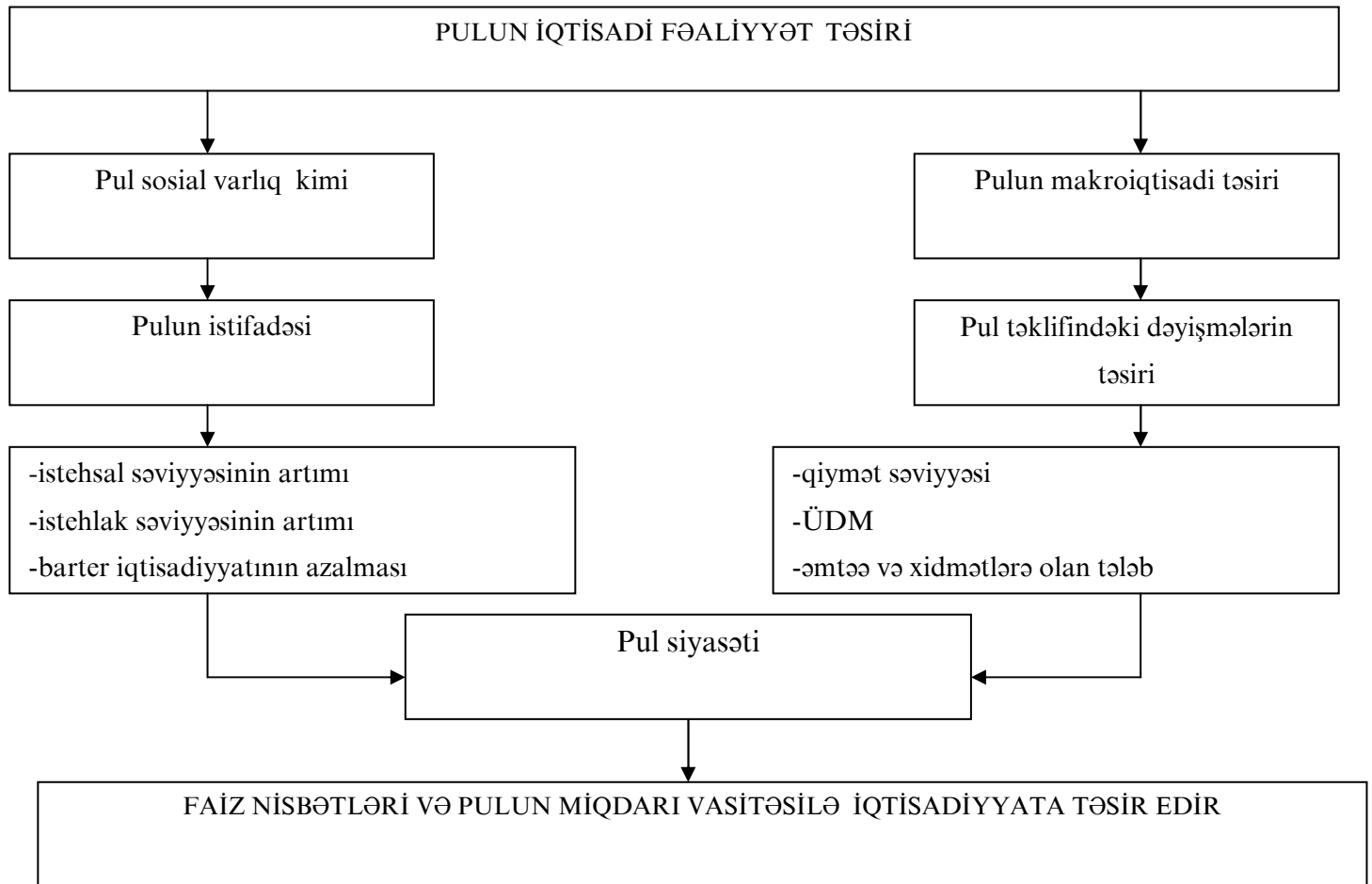
MÖVZU 9. MALİYYƏ BAZARINDA QIYMƏTLƏRİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

PLAN:

- 9.1. Qiymətlərin və pul tədavülünün qarşılıqlı asılılığı.
- 9.2. Qiymətli kağızlar bazarında qiymətin əmələ gəməsi.
- 9.3. Kredit resurslarına qiymətqoyma modelləri.

9.1. Qiymətlərin və pul tədavülünün qarşılıqlı asılılığı.

İqtisadiyyatda normal inkişaf sürətinin, məşğulluğun və qiymətlərin optimal səviyyəsinin saxlanılması üçün müəyyən miqdarda pul kütləsi tələb olunur. Pul kütləsi hüquqi və fiziki şəxslərə, eləcə də dövlətə məxsus olan tədiyyə və ödəniş vasitələrinin məcmusudur.



Pulun iqtisadiyyatda rolunun səciyyəsi

Eyni zamanda dövriyyədə olan pul nişanlarında göstərilən pul vahidlərinin məbləği pul kütləsi və yaxud dövriyyədə olan pulun kəmiyyəti adlanır. Pul kütləsi üç əsas elementdən – dövriyyədə olan nəgd pul, tələb olunanadək depozitlər və hesablaşmalarda olan vəsaitlərdən ibarətdir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlər pul dövriyyəsi ilə sıx əlaqədardır. Pul dövriyyəsi dedikdə, pulun hərəkəti zamanı dövriyyə vəsaiti, ödəniş, pul ehtiyatlarının və əmanətin yaradılması kimi funksiyaların yerinə yetirilməsi başa düşülür. Ümumiyyətlə, iqtisadiyyatdakı qiymət səviyyəsi iki cür nəzərdən keçirilə bilər. Birinci, qiymət səviyyəsi müəyyən əmtəə və xidmətlərdən ibarət səbətin qiyməti ilə ölçülə bilər. Qiymət səviyyəsi yüksəldikcə, insanlar aldıkları əmtəə və xidmətlər üçün daha çox pul ödəməli olurlar. Alternativ olaraq, qiymət səviyyəsini pulun dəyəri kimi də ölçə bilərik. Qiymət səviyyəsinin qalxması pulun dəyərinin azalması deməkdir. Pula olan tələb və təklif pulun dəyərini müəyyən edir. Qiymət səviyyəsi ilə pulun dəyəri arasında bu əlaqə pulun iqtisadiyyata necə təsir etdiyini başa düşmək üçün çox əhəmiyyətlidir. Qiymətin dövriyyədə olan pulun kəmiyyətindən asılılığı dəyər və pul dövriyyəsi qanunları əsasında üzə çıxır. Belə ki, əmtəəyə dəyər qiymət əsasında müəyyən olunmalıdır, dövriyyədə olan pul kəmiyyəti isə fəaliyyətdə olan qiymət sistemindən asılı olaraq istehsal edilən əmtəə və xidmətlərin həcminə uyğun olmalıdır. Belə ki, bazarda əmtəələrə tələb və təklif nisbətlərində hər hansı bir uyğunsuzluq qiymətlərin hərəkətində əks olunur. Artıq təklif onların nisbətən aşağı düşməsinə, tələb edilən əmtəə və xidmətlərin çatışmamazlığı isə qiymətlərin artmasına səbəb olur və bununla da, pul qeyri-balanslılığını gücləndirir.

Nəticədə müəyyən dövrdə əmtəənin qiyməti (P) iki əsas göstərici ilə şərtləndirilir:

İstehlakçılar əmtəəyə olan tələbin ödənilməsi üçün ayrılan pul vəsaitini məbləği – M, bazarda reallaşdırılmaq üçün təklif edilən əmtəələrin kəmiyyəti – Q

$$P = \frac{\sum M}{\sum Q}$$

Əgər bərabərliyin hər iki tərəfinin hər tərəfinin məxrəcinə vursaq, onda optimal qiymətin uyğun olduğu tələb və təklifin tarazlığı vəziyyəti əks etdirən bərabərliyi alırıq:

Sonra alınan bərabərliyin hər iki tərəfinin $\sum PQ = \sum M$ -yə bölsək;

$$\frac{\sum PQ}{\sum M} = \frac{\sum M}{\sum PQ} = 1$$

bərabərliyini alırıq.

Bu şərtin gözlənilməsi zamanı qiymətlər sabit qala bilər və eyni zamanda sahə səviyyəsində inflyasiya proseslərinə son qoyular. Lakin təcrübədə kapitalın sahələrarası axını baş verdiyindən dayanıqlı və yaxud sabit tarazlıq ola bilməz. Ancaq bununla belə, iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin nisbətən balanslaşdırılması daim təmin edilməlidir. Bu zaman tələb və təklif nisbəti vahidə yaxınlaşmalıdır. Tələb və təklif nisbəti vahidə nə qədər yaxın olarsa, sahə səviyyəsində yenidən bölüşdürmə proseslərinin miqyası bir o qədər az olar və qiymət bir o qədər sabit qalar. Əgər bu nisbət vahiddən az olarsa, onda verilən əmtəəni istehsal edən sahədə yaradılan dəyərin bir hissəsi qiymətlər vasitəsilə daha qıt əmtəə istehsal edən sahələrə ötürülür. Əgər nisbət vahiddən çox olarsa, onda əmtəənin qiyməti artır və digər sahələrdə yaradılan milli gəlirin bir hissəsinin yeni əmtəə istehsal edən sahənin xeyrinə yenidən bölüşdürülməsi baş verir.

Bəzən inflyasiyanı əlavə qiymətlərin yüksəlməsi ilə eyniləşdirilir. Buradan qiymətlərin inflyasion artımı anlayışı yaranır ki, bu da qiymətlərin pul amili ilə əlaqədar yüksəlməsidir. Mövzuda inflyasiya şəraitində pulun funksiyalarının, inflyasiya səviyyəsinin hesablanması metodlarının və antiinflyasiya modellərinin öyrənilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Pul sektorunun balanslaşdırılmasında iki bazar elementi iştirak edir:

1. İstehsal tərəfindən pula olan tələb.

2. Mərkəzi Bank tərəfindən pulun təklifi.

Onlar arasında nisbətlərin dəyişməsinə isə pulun dövriyyə sürəti, yəni pul nişanlarının orta illik hərəkəti intensivliyi əhəmiyyətli təsir göstərir. Pulun dövriyyə sürəti isə;

$$V = \frac{\sum PQ}{M}$$

Burada:

V-pulun dövriyyə sürəti

M-pul kütləsinin miqdarı.

Pula olan tələbin səviyyəsi reallaşdırılmış əmtəələrin fiziki həcmnin onların qiymətinə vurulması yolu ilə, dövriyyəyə faktiki daxil olan pulun kəmiyyəti isə ödəmə vəsaitləri kütləsinin onların dövriyyə sürətinə vurulması yolu ilə hesablanır. Onda tarazlıq vəziyyətini müəyyənləşdirmək olar:

$$MV = QP$$

Burada:

M – tədavüldəki pulun miqdarı

V – pulun dövriyyə sürətini

P – qiymət indeksi

Q – əmtəə kütləsinin həcmi.

Bu bərabərliyin sol tərəfi pul təklifinin səviyyəsini, sağ tərəfi isə pula olan tələbin kəmiyyətini göstərir. Deməli, bazarda olan əmtəənin fiziki həcmnin və yaxud onun qiymətinin artımı pul kütləsinin həcmnin və yaxud pulun dövriyyə sürətinin artmasını tələb edir. Sabit qiymətlərdə pul kütləsinin və yaxud onun dövriyyə sürətinin artımı da həmçinin təklif edilən əmtəə və xidmətlərin artımı ilə müşayiət olunmalıdır. İqtisadi sistemlərin tarazlıq düsturu ilk dəfə Amerika iqtisadçısı İ. Fişer tərəfindən təklif edilmişdir. Fişer “The purchasing power of money” adlı məşhur əsərində pul miqdarındakı bir artımın normal təsirinin, tamamilə eyni nisbətdə olmaq üzrə qiymətlərin ümumi səviyyəsində yüksəliş formasında ortaya çıxacağını qeyd etmişdir. İ. Fişərə görə pul miqdarındakı artma ümumi qiymət səviyyəsinin eyni nisbətdə yüksəlməsinə, pul miqdarındakı azalma isə qiymətin ümumi səviyyəsinin eyni nisbətdə azalmasına yol açar. Lakin tədaviyədəki pulun miqdarı ilə qiymətlərin səviyyəsi və dinamikası arasındakı əlaqə tezisnin ingilis iqtisadçısı Tomas Muna aid olduğu söyleneir.

İ. Fişer tərəfindən verilən tarazlıq düsturu (mübadilə tənliyi) real olsa da, makro səviyyədə pul kütləsi ilə qiymətlər arasında olan asılılığı kifayət dərəcədə dəqiq əks etdirmir. Sonralar İ. Fişer bu düsturu bir qədər mürəkkəbləşdirdi. O, kredit pullarını bank ödəmə vəsaiti formasında düstura daxil etdi. Nəticədə dövriyyədə olan pul kütləsi cari bank hesabları ilə nəqd pul kəmiyyətinin onların dövriyyə sürətinə vurulması yolu ilə müəyyənləşdirildi.

$$MV + M' V' = QP$$

Burada M' - cari bank hesablarında olan pul məbləği, V' - onların dövriyyə sürətidir.

Miqdar nəzəriyyəsinin əsas ideyalarını daha böyük dəqiqliklə 1750-ci ildə ingilis filosofu D. Yum irəli sürmüşdür. Belə ki, o pulun miqdarının ikiqat artmasının qiymətlərin də ona uyğun olaraq ikiqat artmasına gətirdiyi prinsipini irəli sürmüşdür. Verilmiş konsepsiyada pulun tədaviyə sürəti və istehsalın həcmi dəyişməyən, sabit göstərici kimi götürülmüşdür. Daha sonralar belə yanaşma sərt kəmiyyət nəzəriyyəsi adını almış və mübadilə bərabərliyi köməyi ilə dəqiq izah edilmişdir. Burada pulun tədaviyə sürətinin (V) və real istehsal həcmnin pulun miqdarından asılı olmaması əsas götürülmüş və belə bir nəticəyə gəlinmişdir ki, tədaviyədə M və P mütənasibdir. Buradan isə aydın olmuşdur ki, pul kütləsi ölkənin Mərkəzi Bankına yeganə təsir obyektidir.

Dövlətin qarşısında duran ən mühüm məqsədlərdən biri ölkənin pul bazarının təşkili və idarə olunmasıdır. Dövlətin pul bazarına müdaxiləsinin çoxşəxəliliyi isə mübadilə tənliyinin yeni variantını, yəni Kembric bərabərliyini formalaşdırmışdır.

$$M = kPQ$$

Burada:

M – pul təklifini və ya tədaviyədəki pulun miqdarını

P - əmtəənin qiymətini

Q - əmtəə kütləsinin həcmi

k – kredit resurslarının monetarlaşma əmsəlidir.

Bu nəzəriyyədə daha çox pul tələbinə diqqət ayrılmışdır. İ. Fişer tərəfindən verilən mübadilə bərabərliyində daha çox pul təklifinə üstünlük verilmiş və burada pul tələbinə təsir edən amillər lazımi səviyyədə nəzərə alınmamışdı. Əgər bu bərabərlikdə P – ni tapsaq; $P =$

M/KQ bərabərliyini əldə edirik. Bu formula görə qiymət səviyyəsindəki dəyişmələr M və kQ dəyişmələrinə bağlı olacaqdır. Əgər kQ – sabit qalarsa, M –də meydana gələn artımlar qiymətləri yüksəldəcək, əksinə əgər M –də azalmalar baş verərsə qiymətlər aşağı düşəcək. Buna uyğun olaraq, M –sabit qalarsa kQ –də meydana gələn artım və yaxud azalmalar P –ni azaldacaq və ya artıracaqdır. M –dəki dəyişmələr pul təklifində, kQ –dəki dəyişmələr isə pul tələbində meydana gələn dəyişmələri ifadə edir.

9.2. Qiymətli kağızlar bazarında qiymətin əmələ gəməsi.

Qiymətli kağızlar iki sinfə bölünür:

Əsas qiymətli kağızlar;

Törəmə qiymətli kağızlar.

Əsas qiymətli kağızların əsasında hər hansı aktivə əmlak hüququ durur. Törəmə qiymətli kağız isə hər hansı qiymət aktivinə — əmtəələrin qiymətlərinə, kredit və valyuta bazarlarının qiymətlərinə, əsas qiymətli kağızların qiymətlərinə əsaslanan qiymətli kağızdır. Ona flyuçers kontraktları və opsiyonlar aid edilir.

Səhmlərin qiymətləndirilməsi məsələsi onların həyat tsikli, yəni səhmlərin buraxılışı, ilkin yerləşdirilməsi və dövriyyəsi ilə sıx bağlıdır. Cəmiyyətin bütün adi səhmlərinin nominal dəyəri bərabər olmalı və onların sahiblərinə eyni hüquqları təmin etməlidir. Nominal dəyərini göstərməklə səhm buraxan müəssisə onun real qiymətliliyinə heç bir zəmanət vermir. Belə qiymətliliyi bazar müəyyən edir.

Səhmin bazar qiyməti onun ikinci bazarda alınıb-satıldığı qiymətdir. Birja məzənnəsi birja kotirovkasının nəticəsi kimi tələb və təklifin tarazlı nisbətləri ilə müəyyən edilir. Təklif (offert) qiymətini satıcı, tələb (bid) qiymətini isə alıcı qoyur. Bazar qiyməti, yəni səhmlərin real qiyməti isə bir qayda olaraq onlar arasında yerləşir. Beləliklə,

$$S_M = \frac{(d - \Delta d_t)}{(r_c + \beta)} \times 100$$

burada, S_m — qiymətli kağızın real məzənnə qiyməti; d — dividend; d_t — t müddəti ərzində dividendin artımı; r_c — ssuda faizinin dərəcəsi (%); β — riskə görə ödənişdir (%).

İnvestorlar üçün səhmin cəlb ediciliyi dividendlərin alınması imkanları, eləcə də alış və satış dövründə qiymət fərqiində mənfəətin alınması ehtimalı ilə şərtlənir. Səhmlərə vəsait qoyuluşunun səmərəliliyinin (R) qiymət və dividendlərdən asılılığını aşağıdakı kimi ifadə etmək olar:

$$R = \frac{(q_1 - q_0 + d)}{q_0},$$

q_0 — alış qiyməti, q_1 — satış qiymətidir.

Səhmin bazar qiymətini 100 ədəd nominala görə hesabladıqda alınan kəmiyyət onun məzənnəsi adlanır.

$$P_a = \frac{Q_b}{Q_n} \times 100\%.$$

burada, P_a — məzənnə; Q_b — bazar qiyməti; Q_n — nominal qiymətdir.

Səhm həmçinin mühasibat (balans) dəyərinə malikdir. O, səhmdar cəmiyyətin xüsusi vəsaitlərinin pul ifadəsində dəyərini tədaviyə keçən səhmlərin sayına nisbətidir. Səhmin mühasibat dəyəri adətən illik balansın bağlanmasıdan sonra hesablanır.

9.3. Kredit resurslarına qiymətkoyma modelləri.

Kredit (latınca creditum – borc) qaytarmaq və faiz ödəmək şərtlə pul və ya əmtəə formasında verilən borca deyilir. Bazara keçid şəraitində müəssisə və təşkilatların maliyyə vəziyyətlərinin sağlamlaşdırılması, kredit resurslarından səmərəli istifadə olunması və kredit resurslarının səfərbərliyə alınması, onların müddət və vaxtında qaytarılmasının böyük əhəmiyyəti var və bu işdə banklar mühüm rol oynayır.

Müasir dövrdə qiymətmələgəlmə və kredit arasında qarşılıqlı fəaliyyət və asılılıq bank qiymətlərinə tələb və təklifin, eləcə də əmtəə, fond və valyuta bazarlarında rəqabətin güclənməsinin təsiri altında baş verir. Göstərilən asılılığa bankların özlərinin bu və ya digər xidmətlərinin gəlirliliyi dərəcəsini müəyyən etmək sahəsindəki siyasəti də əhəmiyyətli təsir göstərir. Başqa sözlə, bankların fəaliyyətində mühüm məsələ onlar tərəfindən ayrılmiş ssudalara görə ödənişlərin hesablanması qaydalarını tədqiq etməkdir. Bu ödəniş “kreditin qiyməti” formasını qəbul edir.

Məlumdur ki, kreditin qiymətinin dəyişməsinə bir sıra daxili və xarici amillər təsir göstərir. Xarici amillərə ölkədə pul-kredit siyasəti və kredit xidməti bazarında rəqabət aid edilir. Göstərilən amillərin təsiri xarakteri və dərəcəsi öyrənilməlidir. Xarici amillər kreditin kəmiyyəti, ödənilməsi müddəti, bankla borcalan arasında münasibətlərin xarakteri, kredit əməliyyatlarından mənfəətin əldə edilməsi və kreditin qaytarılmaması riskinin dərəcəsini əhatə edir.

Faiz dərəcələrin ölçüsü ardıcıl olaraq aşağıdakı göstəricilərdən asılıdır:

1. İnflyasiya. Nominal faiz dərəcələri elə bir səviyyədə müəyyən edilməlidir ki, bütün investisiyalaşdırma dövründə gözlənilən inflyasiya tempini bağlaya bilsin.

Kreditə görə real = Kreditə görə nominal — inflyasiyanın
faiz dərəcəsi faiz dərəcəsi sürəti

2. Kreditə olan tələb

3. Dövlət sektorunun borc vəsaitlərinə olan tələbatının dəyişməsi,

4. Valyutanın mübadilə məzənnəsi

5. İnvestisiya riskindən asılı olan real qazanc.

Müasir dövrdə isə xarici təcrübədə kredit resurslarına qiymətkoymada “Dəyər +”, “qiymət liderliyi”, “əlavələr”, “ken”, “dəyər – sərfəlilik” , “praym – reytlər” və s. modellər tətbiq olunur.

“Dəyər +” modeli uyğun olaraq borc vəsaitləri ilə onların cəlb olunmasına sərf edilən əməliyyat xərclərinin toplanmasına əsaslanır. Burada kredit resurslarına olan tələbin nəzərə alınmaması digər modellərin tətbiqi üçün əlverişli zəmin yaradır. Onlardan biri digər modellərlə müqayisədə daha uzunmüddətli tətbiq dövrünə malik olan “praym – reytlər” modelidir. Praym – reytlər modeli XX əsrin 30-cu illərindəki böyük durğunluq dövründən

etibarən Amerikada sadələşdirilmiş kredit dərəcəsi kimi tətbiq olunur. O kredit qabiliyyətli müştərilərə qısamüddətli kreditlərin verildiyi sadə və ən aşağı dərəcədir. Ötən əsrin 90-cı illərinə qədər “praym – rey” modeli sabit dərəcələrlə tətbiq olunurdu. Lakin qeyd olunan dövrdə bank sferasında rəqabətin güclənməsi nəticəsində onun iki sürüşkən variantı yarandı: “Praym +” və “Praym x”.

Əgər kredit 10%-ə bərabər praym (bazis) dərəcəsi üzrə illik 12%-lə verilmişdirsə, onda bu “praym+ 2”, “praym x 1.2” kimi ifadə olunur. Onlar arasında əsas fərq ondan ibarətdir ki, faiz dərəcələrinin artdığı şəraitdə borclunun və yaxud borc alanın “praym x” modeli üzrə ödənişləri daha çox olur.

Kredit resurslarının qiymətdoyma modeli olan “Libor” ötən əsrin 80-ci illərindən tətbiq olunur. Onun yaranmasının başlıca səbəbi bank sferasının beynəlmiləşməsi olmuşdur. Dollar üzrə kreditin topdansatış faizi əsasən London banklararası birjada müəyyən edilir ki, bu da iqtisadi ədəbiyyatlarda (London İnterbank Offered Rate) yəni London banklararası birjada təklif olunan faiz norması adlanır. Eyni ilə Yapon iyni üçün Tibor, Rubl üçün Mibor müəyyən olunur. Azərbaycanda hələ bu birja fəaliyyət göstərmir və Bibor müəyyən olunmur. Bu bazarda pul vəsaiti qoyanlar da daha yüksək nisbətlərdə faiz gəliri əldə edirlər. Digər modellərdən fərqli olaraq, “kep “ modeli kreditlərə görə faizlərin bazis dərəcədən əlavə olan hissəsinə yüksək həddin məhdudlaşdırılmasını nəzərdə tutur. Sonrakı dövrlərdə bank xidmətləri bazarının sürətli inkişafı ilə əlaqədar cüzi faiz dərəcələri üzrə günlük, həftəlik və aylıq kreditlərin verilməsi təcrübəsi geniş yayılmışdır.

Kredit resurslarına qiymətdoyma modelləri hər bir ölkənin iqtisadi inkişafına və milli iqtisadiyyatın xarici kapitaldan asılılığına görə seçilə bilər. Bu zaman pul multiplikatoru göstəricisinə xüsusi diqqət yetirilir.

Dövlət maliyyə orqanları kredit resurslarının son yerləşdirilməsinə nəzarət etmir, ancaq onlara olan tələb və təklifi formalaşdırmağa çalışır, yəni bazarın konyukturuna və qiymət artımına fəal təsir etməyə çalışır. Qiymət artımını əvvəlcədən bildirmək məqsədilə Mərkəzi bankın uçot stavkalarının dəyişməsi, dövlət qiymətli kağızlarının satılması, büdcə kəsirinin azaldılması, kredit restriksiyası və digər tədbirlərdən istifadə edilir. Kredit restriksiyası bank kreditlərinin azaldılması və kredit emissiyasının məhdudlaşdırılması yolu ilə qiymətlərin həddən artıq artımının qarşısını almağa yönəldilən tədbirlər sistemindən ibarətdir. Bu siyasətin əsas elementi kreditin yüksək qiymətli olmasıdır. Bahalı kredit vəsaitin məqsədli istifadə edilməsinə, borc götürənlərin ssudaları vaxtında qaytarmağa, “riskli” istehlakçılardan azad olmağa kömək edir. Nəticə etibarilə, müasir bank praktikasında fərdi müştərilərin istehlak məqsədlərinin kreditləşməsinin, ssudaların şərtlərinin diferensiallaşdırılması və kreditləşmə obyektlərinin genişləndirilməsi nöqtəyi-nəzərindən təkmilləşdirilməsi tələb olunur. Odur ki, makroiqtisadi sabitləşmə və inflyasiyanın qarşısının alınması əhaliyə öz istehlak ehtiyaclarını ödəmək üçün bank kreditlərindən geniş istifadə imkanı verir.

Kredit resursları bazarında diqqəti cəlb edən digər bir səbəb kreditə görə faizlərin ümumi məbləğinin və qaytarılan məbləğin metodoloji baxımdan düzgün müəyyən edilməsidir. Kreditlərə görə faizlərin ümumi məbləği aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$F = \frac{aid}{100k}$$

Burada:

F – hesablanmış faizlərin miqdarı
i – kreditə görə faiz dərəcəsi
k – təqvim ilindəki günlərin sayı
d – kreditin verilmə müddətidir.

Ardıcıl olaraq, verilən kreditə görə qaytarılacaq məbləği aşağıdakı kimi müəyyən etmək olar:

$$R_1 = \frac{R_0 (1 + i)^n}{(1 + y)^n}$$

Burada R_0 – kreditə verilən ilkin məbləğ
 R_1 – qaytarılan son məbləğ
n – kreditin verildiyi illərin sayı
y – orta illik inflyasiya səviyyəsidir.

Eyni zamanda dövlət zəruri halda kredit stimullaşdırılmasına və pul emissiyasına (kredit ekspansiyası) ya da ki, kredit verilməsinin məhdudlaşdırılmasına (kredit restriksiyası) əsaslanan siyasət aparmaqla faiz dərəcələrinə təsir göstərir.

İstehsal sahələri və əmtəə qrupları üzrə topdansaş və istehlak qiymətlərinin artımı iqtisadiyyatda ssuda faizinin artmasını şərtləndirir. Qiymətlərin liberallaşması ona gətirib çıxartdı ki, kreditə görə qiymət inflyasiya və dövriyyədə olan pul kütləsinin dəyişməsindən asılı oldu. Inflyasiyanın xroniki xarakteri kreditordan ssudaya verilən pul kapitalının gələcək qiymətdən düşməsinə də kompensasiya etməsinə tələb edir ki, bu da kreditin qiymətinin artmasına səbəb olur. Ona görə də cari deyil, gözlənilən inflyasiya xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Inflyasion gözləmələr zamanı kreditorlar ssudanın dəyərinin artmasını, borc götürənlər isə borcun qiymətdən düşən pullarla ödənilməsinə qabaqcadan nəzərdə tuturlar. Deməli, faiz dərəcələrinin hər hansı bir son səviyyəsində verilən kreditlərin sayı azalır, tələbi isə artır. Ssuda kapitalının tələb və təklifinin belə nisbəti kreditin qiymətinin artımına gətirir.

MÖ VZU 10. ƏMTƏƏ VƏ FOND BİRJALARINDA QİYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

PLAN:

- 10.1. Birja bazar aləti kimi
- 10.2. Birja sövdələşmələri və qiymət mexanizmi
- 10.3. Fond birjalarının qiymət indeksləri

10.1. Birja bazar aləti kimi

Birjalar Avropada ilkin kapital yığımı və onun təmərküzləşməsi dövründə yaradılmışdır . Birjaların meydana gəlməsi iri manufakturaların yaranması və beynəlxalq ticarətin inkişafı ilə əlaqədardır. Birja termini latın sözü olub “bursa”, mənası “çanta” deməkdir. Birja termininin yaranma vaxtı ilə bağlı bir sıra mülahizələr mövcud olmuşdur. Birjanın yaranması Belçikanın paytaxtı Bryuqqe şəhərinin adı ilə bağlıdır. Bu şəhər Avropa ticarət yollarının

kəşidyi yerdə yerləşdiyi üçün xristian xalqlarının maklerləri alqı- satqı əməliyyatlarını həyata keçirmək üçün burda toplaşdılar.Bu alqı- satqı məkanı iri makler kontorunun sahibkarı cənab Vande Bursanın adı ilə “Burse”adlandırılırdı.

Birja sazişlərinin bağlanması üçün xüsusi tikilmiş ilk bina (sonralar Avropa Fond Birjası) 1531-ci ildə Antverpendə tikilmişdir.Onun ardınca Lion Fond birjası (1545), London krallıq birjası (1566) və digərləri yaranmağa başladı.Birjanın topdansatış ticarətindən əsas fərqi təkcə istehsal olunmuş əmtəənin alqı-satqısının həyata keçirilməsi deyil,həmçinin hələ istehsal olunmamış əmtəənin çatdırılması ilə bağlı sazişlərin imzalanmasının mümkünlüyü idi. Bu tip sazişlərin yaranması qiymətlərin dəyişməsindən (enib-qalxmasından)yeni gəlir mənbələrinin əmələ gəlməsinə imkan verdi ki, bu da birjanı ticarətçilərin sığınacağına çevirmişdir. Həmin vaxtdan birja hər kəsin maraq dairəsinə çevrildi.

Orta əsrlərdən başlayaraq hər bir avropa ölkəsində yığılan vergilərdən daha çox pul vəsaiti sərf olunurdu.Demək olar ki ,krallığın xəzinəsi həmişə mənfi balansla malik idi. Dövlət yüksək faizlər vəd edərək,”borc istiqrazları”buraxmağa başladı. Bu istiqrazların çoxalması dövlətin iqtisadi həyatında fond birjalarının rolunu daha gücləndirdi.

Dövlət borc qəbzləri formasında istiqrazlar və rəqələri buraxırdı ,kompaniyalar isə hər kəsə öz səhmlərini bir hissəsini əldə etmək nəticəsində kompaniyanın bərabər hüquqlu sahibi olmağı təklif edirdi.İlk növbədə istiqraz sahibi təmin edilmiş faiz alırdı ,ikinci növbədə -kompaniyanın gəlirinin bir hissəsini dividend şəklində əldə edirdi.Fond birjaları belə qiymətli kağızların ticarətinin təşkilatçısı qismində çıxış edirdi.

XIX əsrin II-yarisından başlayaraq biznesin səhm formasına kütləvi keçid, birja mühitində fond birjasının nüfuzu möhkəmləndi.

Kompüter texnologiyasının belə həddə çatması birja işində təkamülə səbəb oldu. Təxminən XX əsrin 50-60-cı illərində əvvəlcə entuziastlar ,sonra birja cəmiyyətinin qalan progressiv hissəsi qiymətlərin bu və ya digər maliyyə aktivlərində nizamsız olaraq deyil,qanunauyğun şəkildə dəyişdiyinə diqqəti cəlb etdi.Demək olar ki,treyderlər hər yerdə qiyməti koordinat oxuna yaxınlaşdırmağa başladılar və alınan qrafiki təhlil etməyə çalışdılar.Beləliklə,birja ticarətində yeni bir era – Texniki Analiz erası başladı.

Artıq bir neçə əsrdir ki,birjalar bazar iqtisadiyyatının ünsürlərindən birini təşkil edir. Birja dedikdə sözün tam mənasında təşkilati cəhətdən xüsusi qayadada formalaşmış, müəyyən əmtəələrlə sövdələşmələr aparan bazar başa düşülür. Birja - əmtəələrin, xammalın, qiymətli kağızların satışı ilə məşğul olan vaxtaşırı fəaliyyət göstərən topdan bazardır. Onlar bazar iqtisadiyyatının iqtisadi aləti rolunu yerinə yetirir və əmtəələrin, xammalın, qiymətli kağızların alışı və satışında azad bazar münasibətlərini formalaşdırırlar.

Birja – qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada marağı olan hüquqi və fiziki şəxslər tərəfindən könüllü pay əsasında yaradılmış təşkilatdır. Birjaların yaradılmasında dövlət orqanları, banklar, sığorta və investisiya şirkətləri və fondları, ictimai, dini və xeyriyyəçi təşkilatlar və qurumlar iştirak edə bilməzlər. Birjalar təsisçilərin iclasında qəbul edilmiş qərar əsasında yaradılır. Təsisçilər iclasda müəyyən edilmiş ölçüdə öz paylarını daxil edirlər. Daxil edilmiş pay ölçüsündə təsisçilər birjanın təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinə görə əmlak məsuliyyəti daşıyırlar. Birja dövlət qeydiyyatından

keçdiyi andan hüquqi şəxs statusunu əldə edir, birja ticarəti aparmaq üçün lisenziya əldə etdikdən sonra isə birja sövdələşmələri aparmaq hüququna malik olur.

Birja ticarəti birja işinin tərkib hissəsidir. Birja ticarətini təşkil etmək üçün birja ən əvvəl təchiz edilmiş bazar yerinə malik olmalıdır. Birja zalında açıq birja hərracını keçirən çoxsaylı alıcılar və satıcılar yerləşməlidir. Ticarətin təşkil olunması üçün birja ticarət qaydalarını hazırlamağı və ticarət qaydalarına, normalarına, hərrac iştirakçılarının zalda davranış qaydalarına ciddi riayət etməsinə əməl etməlidir.

Satılan əmtəələrin növlərindən asılı olaraq onların alqı – satqısı ilə məşğul olan birjalar da növlərə bölünür. Bunlardan əmtəə, valyuta, fond birjalarını göstərmək olar. Bu birjalar içərisində fond birjası ilə valyuta birjası prinsip etibarilə maliyyə bazarının birjalardır. Maliyyə bazarının birjaları içərisində isə fond birjaları əsas aparıcı yeri tutur. Belə ki, fond birjaları ixtisaslaşdırılmış bazardır.

Əgər istehsal, yaxud istehlak təyinatlı alıcılara və satıcılara öz xassələri ilə məlum olan məhsullar; yəni taxıl, şəkər, neft və neft məhsulları, əlvan və qiymətli metallar və s. satılırsa onda birjanın belə forması əmtəə birjası, qiymətli kağızların satıldığı birjalar fond birjası, xarici valyutalarla alqı – satqı aparılan birjalar valyuta birjaları adlanır.

Adları çəkilən bu üç birja növündən başqa əmək birjaları da fəaliyyət göstərir ki, bunlarda da əmək qabiliyyətli işgüzar əhali qeydə alınır və müəyyən şərtlərlə işlə təmin olunur, yaxud da lazımi ixtisasa yiyələnirlər.

Birjalar üçün standartlar üzrə (müəyyən edilmiş sortlar və ya standart nümunələr üzrə) əmtəələrin alqı – satqısı xarakterikdir.

Əmtəə birjaları beynəlxalq xarakterə malik olmaqla dünya bazarının əmtəələrə olan tələbatının ödənilməsi ilə xarakterizə olunur. Əmtəə birjalarının əsas məqsədi azad ticarətin həyata keçirilməsi, tələb və təklifin təsiri altında yaranan bazar qiymətləri ilə əmtəələrin alışı və satışı üzrə müqavilələrin (kontraktların) bağlanmasından ibarətdir. Burada alqı – satqı aktları kütləvi aşkarlıq formasında müəyyən edilmiş birja qaydaları əsasında, əvvəlcədən təyin edilmiş yerdə və vaxtda aparılır.

Birja - qiymətlərin tənzimləyicisi kimi böyük funksional əhəmiyyət kəsb edir. Birjalar eyni bir əmtəə üzrə qiymətlərin tərəddüd etməsini qiymət kursları vasitəsilə nizamlamağa imkan verir. Əmtəə birjaları konkret müqavilə qiymətləri qeydə alır (fiksə edir) və sonra əmtəənin orta limit qiyməti dərc olunur.

10.2. Birja sövdələşmələri və qiymət mexanizmi

Əmtəə və fond birjalarında ticarətin təşkil edilməsinin effektiv məsələlərindən biri qiymətlərin müəyyənləşməsi qaydasıdır. Belə ki, əmtəə və fond birjalarında əmtəələrin və qiymətli kağızların reallaşması üçün onların hər birinə ayrı – ayrılıqda qiymətlərin müəyyən edilməsi əsas məsələdir. Birja qiymətlərinin təzahür üsulları olduqca müxtəlifdir. Bu isə qiymətlərin müəyyən edilməsi üçün hər hansı mükəmməl metodun mövcud olmadığını göstərir. Bəzi birjalarda bazar üçün qiymətlərin göstəricisi kimi tələb və təkliflər üzrə qoyulan

qiymətlər, digərlərində sövdələşmə qiymətləri əsas götürülür. Qiymətlərin təyini üçün istifadə edilən bu qiymətlərin hər birinin üstün və çatışmayan cəhətləri mövcuddur.

Hazırda birjada qiymətlərin müəyyən edilməsinin ən əlverişli üsulu “kotirovka” hesab edilir. Kotirovka fransız sözü olub “coter”, mənası “fərqləndirmə” deməkdir. Kotirovka - birja günü ərzində yaranan sövdələşmələr əsasında qiymətlərin yaranması, təsbit edilməsi və dərc edilməsidir. Kotirovkaya qəbul edilmiş qiymətli kağızların məzənnəsi barədə birjanın üzvləri olan hüquqi və fiziki şəxslərə vaxtlı – vaxtında və düzgün informasiyanın çatdırılması hər hansı birjanın əsas funksiyalarından biri hesab edilir. Çünki məhz bu qiymətlər vasitəsilə əmtəələrin və qiymətli kağızların alqı – satqısı baş verir.

Birja kotirovkası adətən iki nöqtəyi nəzərdən təhlil edilir:

- Kotirovka – birja ticarəti prosesində qiymətin meydana çıxma mexanizmidir;
- Kotirovka – birja ticarəti prosesində müəyyən olmuş qiymətlər haqqında məlumatların təkmilləşdirilməsi, birja büllitenində və ya birja məlumat vərəqəsində dərc etdirilməsi və birja iştirakçılarına təqdim edilməsidir.

Birjalarda sövdələşmə müəyyən əlavə şərtlər qoyulmaqla dəqiq qiymətlərin göstərilməsi ilə bağlanıla bilər, ancaq haqq-hesabın kəsilməsi bu zaman mütləq təyin olunmuş gündə birjada mövcud olan qiymətlər üzrə aparılmalıdır. Bundan başqa müasir birjalarda qiymətlərin təyin edilməsi (kotirovka) birjaların ləğv olunması dövründə sövdələşmə iştirakçıları arasında qarşılıqlı haqq-hesab çəkməyin əsasını təşkil edir. Doğrudan da sövdələşmədə “udmaq” və ya “uduzmaq” anlayışı o zaman meydana çıxır ki, bu sövdələşmənin icrası (ləğvi) müddətində bağlanmış müqavilə (kotirovka) arasında kəskin fərq yaranmış olur. Məsələn satıcı o zaman qazanır ki, onun sövdələşmə müddətinin əvvəlində müəyyənləşdirdiyi qiymət əmtəənin alıcıya verildiyi vaxtda (icra müddətində) birjada mövcud olan qiymətdən (kotirovka qiymətindən) xeyli yüksək olur. Əksinə, sövdələşmə qiyməti bazar qiymətindən aşağı olduqda isə satıcı uduzmuş olur.

Kotirovka həm də ticarət birjaları üçün öz səlahiyyətli nümayəndələrinin (brokerlərin) fəaliyyətini yoxlamaq üçün lazımdır, əgər satan tərəfin tapşırığı ilə broker üçün ən faydalı olan qiymətə əmtəə alınmışdırsa, onda qiymətin əlverişliliyi birja kotirovkalarının məlumatına əsasən asanlıqla yoxlanıla bilər.

Birja kotirovkaları vasitəsilə topdansatış qiymətlərinin həqiqi hərəkət dinamikasını dəqiq müəyyənləşdirmək və bunun sayəsində ticarətdə rəqabət şəraitini qoruyub saxlamaq mümkün olur.

Kotirovkanın iki əsas metodu var:

1. Faktiki sövdələşmə qiymətlərinin, tələb və təklifin qeydiyyatı;
2. Tipik qiymətlərin müəyyən edilməsi.

Əgər kotirovkani faktiki qiymətlərin qeydiyyatı təşkil edərsə, onda bu sövdələşmə prosesində yaranan birja qiymətlərinin mexaniki təsbit olunması kimi başa düşülməlidir. Kotirovka yalnız dövriyyə üçün nümunəvi olan qiymətləri yenidən özündə cəmləyir və buna görə də bazarın vəziyyətinə uyğun gəlməyən sövdələşmə, tələb və təkliflərin qiymətləri onda öz əksini tapa bilməz.

Bir çox hallarda birjalar faktiki qiymətlərin qeydiyyatı ilə kifayətlənirlər; lakin bəzi hallarda tipik qiymətlər cədvəli də hazırlanır ki, buna “kotirovka komissiyasının məlumat qiymətləri” də deyilir.

Ayrı-ayrı sövdələşmələrin ,tələb və təkliflərin qiymətləri öz əksini kotirovka büllitenində aşağıdakı qaydada tapır:

Birja satışından bir gün sonra sövdələşmənin bağlandığı və ya tələb və təkliflərə görə irəli sürülmüş qiymətlərin son hədd kənarlaşmaları göstərilə bilər.Bu üsul imkan verir ki,topdansatış dövriyyəsinin baş verdiyi qiymət çərçivəsi nəzərə alınsın ;lakin qiymətlərin son hədd çərçivəsinə əsasən bütün birja günü ərzində qiymətlərin necə dəyişdiyi haqqında mühakimə yürütmək,fikir söyləmək olmaz;bundan başqa birjanın işgününün sonunda hansı qiymətlərin sövdələşmədə aparıcı olduğu da son hədd çərçivəsindən tam aydın olmur.Qiymət dəyişmələrinin qeydiyyatının digər üsulu isə birja yığıncağının əvvəlində və sonundakı qiymət məzənnələrinin göstərilməsidir.Bu üsulda bütün birja günü ərzində mövcud olan ən yüksək və ən aşağı qiymətlər naməlum qalırlar.Əksər hallarda qiymətlər yalnız günün sonunda qiymətlər büllitenində göstərilir.Bu qiymətlər isə bazarın ,birja gününün başlanğıcına hesab edilən vəziyyətini xarakterizə edir.Həmin günün son qiymətlərində birjadakı tələb və təkliflərin vəziyyətinə dair nəticələr ,habelə qiymətlərin dəyişməsi,yəni,ölçüsü ilə bağlı bütün digər hallar özünü göstərir.

Kotirovkada bütün birja günü ərzində mövcud olan qiymət dəyişmələri aydınlaşdırılır və gün ərzindəki qiymətlərin hamısı qeyd edilmir,onlarda yalnız ən xarakterik olanları göstərilir.

Qiymətlərin kombinasiyalı ifadə üsulları da mümkündür: Məsələn ,bəzi birjalar kotirovka büllitenində yalnız ən yüksək və ən aşağı qiymətləri göstərilər və bununla yanaşı paralel olaraq birja gününün başlanğıcındakı və sonundakı qiymətlər də qeyd edilir.Həmçinin ,birjadakı tipik qiymətlər də göstərilə bilər və eyni zamanda tələb və təkliflərin sövdələşmə qiymətləri də qeyd edilə bilər.

Qiymətin açıq şəkildə müəyyənləşdirilməsi qabaqcadan hazırlanan ilk iş sayılır.Birja gününün başlanmasından bir saat yarım sonra (saat 13:30 da) hər iki dəllal və ya çox hallarda onlardan biri qiymət otağına yollanır və orada olan birja komitəsinin növbətçi üzvünə müəyyən edilmiş məzənnə haqqında məlumat verir.Həmin növbətçi isə öz növbəsində müəyyənləşdirilmiş qiymətləri təsdiq edir.

10.3. Fond birjalarının qiymət indeksləri

İndeks (latınca «index» – göstərici) – zaman və ya məkan daxilində sosial-iqtisadi təzahürlərin nisbətini xarakterizə edən bir statistik göstəricidir. Yəni öz aralarında iki rəqəmi müqayisə edən istənilən göstəricidir. Lakin çox vaxt dəyişikliyi bazarların və ya ayrı-ayrı sosial-iqtisadi təzahürlərin cari konyunkturunun dinamikasını ən yaxşı şəkildə əks etdirən əmsalları və digər parametrləri də indeks adlandırırlar.

İndeksler - birja ticarətçilərinin bazarda baş verən dəyişikliklər barədə lazımi məlumatları və informasiyaları əldə etmək məqsədilə tərtib edilir.Ona görə də birjada tərtib edilən indeksler ilk növbədə informasiya funksiyasını yerinə yetirirlər.Birja indeksleri həmçinin əmtəə və fond birjalarının cari vəziyyətinin qiymətləndirilməsində müstəsna əhəmiyyətə malikdirlər.Birja indeksleri özündə birja kotirovkalarının aşağı və ya yuxarı

hərəkətlərini ,onların meyl etmə istiqamətlərini və birja bazarının inkişaf sürətini dəqiq və düzgün şəkildə əks etdirir.

Birja indekslərinin vəziyyəti barədə müəyyən məlumata malik olmaq onlardan proqnoz qismində istifadə etməyə imkan verir: hər zaman indekslərin hərəkətində elə bir analogi vəziyyətə rast gəlmək olar ki, indekslərin keçmiş hərəkətində özünü biruzə verən amillər , indekslərin indiki və gələcək fəaliyyətində də özünü biruzə verə bilər.

İndeksler sahəvi ,regional ,sərbəst və global xarakter daşıyırlar.İndeksler birjanın istənilən növündə - əmtəə ,fond və həmçinin valyuta birjasında istifadə edilə bilərlər.Ancak onu da qeyd etmək lazımdır ki, indekslər əsas etibarilə fond birjasında yaranmış və tətbiq edilmişdir, indiye qədər də fond birjasında daha çox istifadə edirlər. Fond birjasının inkişafı ilə əlaqədar olaraq , indekslər çoxfunksiyalı əhəmiyyət daşımağa başladı.İndeksler birja ticarətinin obyektı qismində çıxış etməyə başladılar.

Fond birjasının dinamikasının təhlili ,cari bazar konyukturunun investisiyaya cəlb edilmiş qiymətli kağızları və bütövlükdə iqtisadiyyatı barədə az və ya çox dərəcədə məlumat əldə etməyə imkan verir.Fond bazarı – iqtisadi və siyasi səbəblərdən dolayı baş vermiş olan müxtəlif dəyişikliklərə qarşı çox həssasdır.

Fond birjasının dinamikası bazar konyukturunun qiymətləndirilməsi zamanı

qiymətlərin təsis edilməsi barədə qərarların qəbulunda mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Fond indeksləri - özündə müəyyən vaxt ərzində indeks siyahısına daxil olmuş kompaniyaların səhmlərinin səviyyəsini və dinamikasını özündə əks etdirən bir göstəricidir.

Mövcud olan indeksləri bir sıra cəhətlərə görə qruplaşdırırlar ki, onlar da aşağıdakılardır:

- 1) Bazarı əhatə etmə səviyyəsinə görə;
- 2) Hesablaşma metoduna görə;
- 3) Sahəvi və regional cəhətlərinə görə.

Bu gün hər bir inkişaf etmiş ölkədə öz fond indeksləri hesablanır. Məsələn, ABŞ-da ən çox DJIA, S&P, NASDAQ indeksləri yayılıb. Yaponiyada isə Tokio fond birjasında dövriyyədə olan 225 səhmin bazasında hesablanan Nikkei indeksi məşhurdur. Almaniyada DAX, Böyük Britaniyada isə Financial Times qəzetinin FT–SE 100 indeksi, Rusiyada RTS və MMVB indeksləri populyardır. Bütün bu indekslər ayrı-ayrı şirkətlərin səhmlərinin dəyərinin dəyişməsi əsasında bazardakı vəziyyəti xarakterizə edir və birja ticarətində bazis kimi istifadə olunur. Faktiki olaraq iş masasının arxasından durmayaraq, sadəcə göstəriciləri müşahidə etməklə hər zaman səhmlərin cari vəziyyətindən xəbər tutmaq olar.

İlk fond indikatoru XIX əsrin sonunda işlənilib hazırlanmışdır. Yüz yeddi il öncə hətta «Uoll-strit»də maliyyə bazarında nə baş verdiyini anlamaq çətin idi – səhmlərin qiyməti dördə bir, yaxud səkkizdə bir dəfə qalxıb, düşür və ya yerində sayır. Bu qarışıqlıqdan baş açmaq üçün Dow Jones & Co şirkətinin banilərindən biri – Çarlz Dou öz fond indeksini - Dow Jones Industrial Average (DJIA) təklif etdi. O, 1884-cü ildə indeks tərtib edərkən 11 səhmdən istifadə edib ki, onların da əksəriyyəti ilk iri dəmir yolu dövlət korporasiyalarının səhmləri olub. Ç.Dou indeksini hər növbəti dalğaya görə artma-azalma olacağını müəyyən etmək üçün ləpədən kənarına qoyulan qum üzərindəki çöplərlə müqayisə edirdi. Əgər indeksin zirvə və çökəkləri kifayət qədər yüksəyə qalxırdısa, onda «buğa bazarı» adlanan bazar (qiymətlərin artmağa meylli olduğu mühasidə edilən bazar), aşağı düşdükdə isə «ayı bazarı» (səhmlərin dəyərinin uzun müddət aşağı düşməsi, bir qayda olaraq, 20% və ya daha

çox) üstünlük təşkil edirdi. Özü də Çarlz Dou öz indeksini təqdim edəndə, səhmlər bazarında baş verən proseslərin təsviri üçün heç bir indikator mövcud deyildi.

DJIA-nın gündəlik nəşrinə 8 oktyabr 1896-cı il tarixində Dow Jones nəşriyyatı tərəfindən buraxılan “The Wall Street Journal” qəzetində başlanıb. 1928-ci ildə səhmləri üzrə indeks hesablanması aparılan şirkətlərin sayı 11-dən 30-a çatdırılıb. Hazırda səhmləri DJIA-da təqdim olunan 30 şirkətin hamısı (onları həm də «mavi fişkalər» adlandırırlar) öz sahələrində aparıcı sayılır və investorların əksəriyyəti məhz həmin səhmləri saxlayır.

Dou – Cons indeksi aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$\dot{I}_{DD} = \Sigma P_i / K \quad i = 1, n$$

P_i - i saylı korporasiyanın səhmlərinin qiyməti;

n – korporasiyaların sayı;

K – bölgü əmsali.

Dou – Cons sənaye indeksi (Dow - Jones Industrial Average) dünyada ən geniş yayılmış indekslərdən biridir və otuz sənaye müəssisəsinin aksiyalarını özündə birləşdirir. Tərkibinə isə Amerikanın Koka-Kola, IBM, Boinq və digər kompaniyaları daxildir. Nyu – York fond birjasında kotirovka edilən aksiyaların 15 – 20 % -ə qədəri Dou – Cons indeksinin payına düşür. Bu indeksli birjada tədaviylə buraxılan aksiyalar toplanılır və alınan məbləğin müəyyən edilmiş deminitora bölünməsi yolu ilə hesablanır. Dou – Cons indeksi hər səhər Amerikanın bəzi qəzetlərində çap edilir. Amma Nyu – York fond birjasında isə Dou - Cons indeksi hər yarım saatdan bir hesablanır və bu barədə məlumat verilir. Dou – Cons şirkəti bu indeksdən flyuçers kontraktları və opsiyonlarla iş zamanı istifadə etməyi qadağan edir.

Dou – Cons nəqliyyat indeksinə (Dow – Jones Transport Average) - iyirmi nəqliyyat şirkətinin aksiyaları daxil edilir. Bura avia şirkətlər, dəmir yol şirkətləri və avtoyol şirkətləri daxildir.

Dou – Cons kommunal indeksi (Dow–Jones Utility Average) qaz və elektrik təchizatı ilə məşğul olan on beş iri şirkətin aksiyalarını özündə cəmləşdirir.

Dou – Cons yekun indeksi (Dow–Jones Composite Average) - bu indeks həm də “İndeks – GS” adı ilə məşhurdur. Bu indeksin göstəriciləri Dou – Consun sənaye, nəqliyyat və kommunal indekslərinin əsasında tərtib edilir.

Maliyyə bazarında ikinci indeks, heç də az məşhur olmayan S&P -500 fond indeksi hesab edilir. 1917-ci ildə «Standart & Poor’s Corporation» şirkəti artıq 200 şirkətin səhmləri bazasında indeksin hesablanmasını apardı. Hal – hazırda “S&P -500 “ indeksi 500 iri şirkətin aksiyasının bazar qiymətini ölçən indeksdir. 500 iri şirkətin tərkibinə aşağıdakı şirkətlər qrupu daxil edilir:

400 - sənaye, 20 – nəqliyyat, 40 – kommunal və 40 – finans şirkətlər.

İndi «Standart & Poor’s Corporation» şirkəti ABŞ iqtisadiyyatının müxtəlif sahələrini əhatə edən 100-dək müxtəlif fond indekslərini dərc edir. Onların arasında yeddisi daha məşhurdur ki, bunlar gündəlik maliyyə qəzetlərində dərc edilir. S&P indeksləri səhmlərin qiymətlərinin cari və baza dövrlərində onların sayına vurulması nəticəsində əldə edilən göstəricilərin nisbəti kimi hesablanır və formül aşağıda göstərilmişdir:

$$I_{s\&p} = \Sigma P_i Q_i / \Sigma P_{i0} Q_i \quad i = 1, 500$$

P_{i0} P_i – səhmlərin müvafiq olaraq bazis və cari dövrdə qiymətləri;

Q_i – şirkət tərəfindən buraxılan səhmlərin miqdarıdır.

S&P -500 indeksi 1941 -43 - cü illərdən hesablanmağa başlanmışdır. S&P -500 indeksinin bazis qiyməti kimi 1941-43 – cü illərdə olan səhmlərin orta qiyməti götürülür. Məsələn : . S&P -500 indeksinin 1947 – ci il 4 aprelində indeksi 757,90 punkt təşkil edirsə ,bu onu bildirir ki,500 şirkətin aksiyalarının orta bazar qiyməti 1941-45 – ci illərlə müqayisədə 75 dəfədən bir az çox olaraq artmışdır.

Milli Qiymətli Kağızlar Dilerləri Assosiasiyasının Avtomatlaşdırılmış Kotirovkalar Sisteminin NASDAQ indeksinin meydana çıxması tarixi də olduqca maraqlıdır. NASDAQ indeksi ABŞ-ın qeyri birja dövriyyəsində ən əsas indeks hesab edilir. Belə ki, ötən əsrin 70-ci illərində ABŞ-da «Uoll-strit»də işləyən treyderlər qrupu o qədər də yaxşı ad çıxarmayan brokerlərin oynadığı idarəolunmaz birjadankənar ucuz səhmlər bazarını ram etməyi qərara aldılar. Bu istiqamətdə ilk addım heç bir birja qaydası olmadan ticarətlə məşğul olan pərakəndə kiçik ictimai şirkətlərin Milli Qiymətli Kağızlar Dilerləri Assosiasiyasına birləşməsi olub. NASDAQ-a sifarişlər yalnız elektron formada həyata keçirilir, eyni zamanda ABŞ-ın ən qədim milli birjası – bir növ imtiyazlı NYSE klubu üzdənirəq mütəxəssislər vasitəsilə sifarişlərin yerinə yetirilməsi sisteminə əsaslanır, hansında ki, elektron sistem deyil, insanlar birjada səhmləri alıb-satır. Fərdi investorlar üçün bu iki üsul arasındakı fərq o qədər aydın olmaya bilər, əgər iki birja arasındakı fərq barədə dəqiq təsəvvür olmasa. Bununla yanaşı, dünyada ilk elektron səhmlər bazarı qiymətlərin tamamilə anlaşılmaz tərəddüd yerinə çevrilib. Fərdi investorların daha çox üstünlük verdiyi «Microsoft», «Cisco» və «Intel» kimi şirkətlərin səhmlərinin inkişafında böyük rolu olub. NASDAQ Amerika fond bazarı mədəniyyətinin bir hissəsinə çevrildi. NASDAQ indeksi qeyri - birja bazarının 5000 səhmini özündə birləşdirir. NASDAQ indeksinin hesablanma metodu S&P -500 indeksi kimidir. İlk dəfə bu indeksin hesablanan zaman - 1971 –ci ildə 100 punkta bərabər olmuşdur. Hazırda NASDAQ indeksləri ailəsi yüksək texnologiyalar sahəsində (telekommunikasiya xidmətləri, proqram təminatı, kompüter istehsalı) ixtisaslaşan şirkətlərin səhmlərinin vəziyyətini əks etdirir.

İlk Avropa indeksi isə İngiltərədə meydana gəlmişdir .İngiltərədə ən geniş yayılmış indekslər “Financial Times” qəzetinin indeksi və London fond birjasının (LİFFE) indeksləridir. Financial Times Stock Exchange Index və ya qısaca olaraq, FT - SE İngiltərənin aparıcı kompaniyalarının səhmlərini özündə birləşdirir. Bu indeksin tərkibinə 100 iri və 30 kiçik kompaniyanın səhmləri daxildir. Financial Times qəzeti dünyanın aparıcı qiymətli kağızlar bazarlarındakı fond indekslərinin səviyyəsini müəyyənləşdirir. Financial Times indeksi aşağıdakı düstur vasitəsilə hesablanır:

$$I = \sqrt[n]{P_{it} / P_{it-1}}$$

Burada P_{it} və P_{it-1} - i saylı şirkətin cari və ötən dövrdə səhmlərinin qiymətidir.

Maliyyə bazarındakı tendensiyaları daha obyektiv əks etdirən müasir indekslər çox zaman özünü yaxşı təqdim edən birja institutları ilə bağlıdır. Belə ki, Almaniyanın hüdudlarından çox-çox uzaqlarda məşhur olan DAX (Deutscher Aktienindex) indeksi 1988-ci ildə «Deutsche Borse Group» tərəfindən tətbiq edilib və 30 alman şirkəti üzrə hesablanır. O, müəyyən prinsiplər üzrə seçilmiş şirkətlərin ölçülmüş orta gəlirliyindən ibarətdir – şirkət Almaniya iqtisadiyyatının müəyyən əhəmiyyətli sahəsini təmsil etməzdən ən azı üç il

qiymətlənməlidir, onun sərbəst kapitalının payı ən azı 15% olmalıdır və s. Maraqlıdır ki, DAX-ın təkrar hesablanması 1 dəqiqə intervalla aparılır! DAX indekslərinin bütöv bir ailəsi mövcuddur: səhər tezdən, hərracın həqiqi başlanmasınadək və birja kotirovkaları üzrə, yəni hərrac başa çatandan sonra olan məlumatlar üzrə hesablanan XETRA-DAX. DAX ailəsinin digər üzvlərinə 100 şirkət üzrə hesablanan DAX 100, MDAX orta indeksi və ayrıca 16 sahə üzrə hesablanan CDAX kompozit indeksi aiddir.

Yaponiyada 225 kompaniyanın səhmləri əsasında “Nikkei” indeksi hesablanır. Honqkonqda isə 33 kompaniyanın səhmləri əsasında “Xenq Senq” indeksi hesablanır.

Dünyanın əksər ölkələrində olduğu kimi, MDB ölkələrində də maliyyə bazarlarındakı vəziyyətin təhlili üçün getdikcə daha çox birja indekslərindən istifadə olunur. Rusiyada daha çox iki ticarət sahəsinin indeksləri istifadə edilir: Rusiya ticarət sahəsinin indeksi (RTS) və Moskva banklararası valyuta birjasının məcmu fond indeksi (MBVB). Bundan əlavə Rusiya federasiyasında 1) Skeytpress indeksi; 2) AKVM fond indeksi; 3) Kommersont “jurnalının fond indeksi; 4) “Ros” indeksi, “Sol” indeksi; 5) “Tront” finans mərkəzinin fond indeksləri də geniş tətbiq edilir.

MÖVZU 11. İSTEHLAK MALLARINA VƏ XİDMƏTLƏRİNƏ QİYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

PLAN:

- 11.1. İstehlak mallarına qiymətlərin formalaşması amilləri və motivləri
- 11.2. İstehlak mallarına və xidmətlərinə qiymətlərin əmələ gəlməsi metodları
- 11.3. İstehsal- texniki təyinatlı məhsullara qiymətin əmələ gəlməsi xüsusiyyətləri və qiymətdoyma modeli

11.1. İstehlak mallarına qiymətlərin formalaşması amilləri və motivləri.

İstehlak ne'mətlərinə qiymətlərin formalaşdırılması öz miqyasına görə qiymətçi-mütəxəssislərin fəaliyyətinin geniş sferalarından biridir. Belə ne'mətlərin əhatə dairəsinin böyük olduğunu və onun fərdi alıcıların yeni tələblərinə uyğun olaraq daim genişləndiyini nəzərə alsaq bu, qanunauyğundur. İstehlak ne'mətlərinin xassələri də o qədər müxtəlifdir ki, onlara qiymətdoymada bir çox müxtəlif metodların tətbiqi zəruriliyi yaranır. Ona görə də həmin metodların təhlilinə istehlak ne'mətlərinin iriləşdirilmiş təsnifatından başlamaq lazımdır. Onun nəticəsi istehlak ne'mətlərinin aşağıdakı üç qrupa ayrılmasıdır:

- 1) uzunmüddətli istifadə tə'yinatlı əmtəələr;
- 2) gündəlik tələbat malları;
- 3) istehlak xidmətləri.

Uzunmüddətli istifadə tə'yinatlı əmtəələrə avtomobil, yaşayış evləri, audio- və videotexnika, mebel kimi ne'mətlər aid edilir. İstehlakçı qərarlarının formalaşdırılması prosesi nöqtəyi-nəzərindən bu ne'mətlər istehsal-texniki tə'yinatlı məhsullar bazarında bir dəfə alınan əmtəələrlə, yə'ni əsas kapital elementləri ilə oxşardır. Belə ki, insan öz həyatı

boyu onların alışlarını kifayət qədər nadir hallarda həyata keçirir və bu zaman onları alternativlərin “qiymət–qiymətlilik” nisbətləri ilə müqayisə edir. Bu dərin təhlilin əsas səbəbi ondan ibarətdir ki, bu əmtəələrin qiyməti çox yüksək olur və onların alınması üçün ya uzun müddət vəsait toplanılması, ya da alışlar zamanı yaranmış borcun ödənilməsi üçün bir çox illər tələb olunur.

Gündəlik tələbat mallarına ərzaq məhsulları, kosmetika, gigiyenik əmtəələr, paltar və ayaqqabının ucuz növləri, kitablar, mətbəx və dəftərxana ləvazimatı kimi zəruri ne'mətlər aiddir. Belə əmtəələr tez-tez alınırlar və alışlar haqqında qərarların qəbul edilməsi vərdis, alışların rahatlığı (məsələn, topdansatış ərzaq bazarında yaxud supermarketdə kompleks həftəlik alış) və istək (arzu) kimi amillərdən asılıdır.

Xidmətlər — istehlak ne'mətlərinin son onilliklərdə bütün dünyada çox sür'ətlə inkişaf edən qrupudur. Onlara bütün mümkün məişət xidmətlərini, bank və sığorta xidmətini, turizmi, təbabəti, ictimai iaşəni, təhsil və əyləncəni aid etmək olar.

İstehlak mallarının və xidmətlərinin ümumi xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onlara tələbin formalaşması istehsal-texniki tə'yinatlı əmtəələr bazarında olduğundan da yüksək dərəcədə subyektiv amillərin tə'sirinə mə'ruz qalır. Elə buna görə də istehlak malları bazarında normal və aşağı kateqoriyalı əmtəələr arasında fərqlər daha qabarıq görünür.

Normal əmtəələr istehlak əmtəələri çeşidində əsas hissəni təşkil edirlər. Normal əmtəələr üçün əhalinin gəlirləri yüksəldikcə onlara tələbin artması xarakterikdir.

Normal əmtəələrin xüsusi bir növü nüfuzlu tələb əmtəələridir. Bu əmtəələri insanlar ətrafdakılara öz uğurlarını və rifah vəziyyətini nümayiş etdirmək üçün alırlar. Müvafiq davranış modeli bütün ölkələrin və qit'ələrin insanlarına xasdır.

Nüfuzlu əmtəələr — yüksək qiymətlərinə baxmadan alınan əmtəələrdir. Belə ki, onların alış faktı əmtəə sahibinə ətrafdakılara öz uğurlarını və yüksək rifah vəziyyətini nümayiş etdirmək imkanı verir.

Nüfuzlu tələb məhsullarının əsas keyfiyyət parametri heç də onların konstruksiyası, materialı və hazırlanması (istehsalı) dəqiqliyi deyildir. Onlar ikinci dərəcəli əhəmiyyətə malikdir. Belə əmtəələrin keyfiyyətinin başlıca əlaməti onların yüksək qiymətidir. Əgər onların qiyməti aşağı olarsa, alıcıların əksər hissəsi onları ala bilər və həmin əmtəələr “nümayişanə istehlak” pərəstişkarlarının diqqətini cəlb etməz, nəticədə onlara tələb azalar və onlar nüfuzluluğunu itirə bilərlər. Uyğun olaraq, sabit qiymətlərdə nüfuzlu əmtəələrin satışı həcmi yüksək gəlirə malik və nümayişanə istehlaka meyilli alıcı qruplarının sayının artması zamanı arta bilər.

Şəkildən görünür ki, nüfuzlu tələb məhsulunun qiymətinin azalması zamanı onun satış həcmi əvvəlcə bir qədər artır. Bunun səbəbi, əvvəllər nüfuzlu əmtəəyə sahib olmaq arzusunda olan lakin zəruri vəsaitə malik olmayan alıcıların alışlarıdır. Sonra vəziyyət prinsipinə dəyişir: qiymətin aşağı düşməsi alıcıların çox hissəsinin əmtəəni əldə etməsinə imkan verir və o, nüfuzluluq imicini itirir. Bu zaman daha varlı alıcı qrupu, sonra isə orta-yüksək gəlirlərə malik alıcı qrupu onun alışını dayandırır.

Elə buna görə ki, “Rolls-Royce” və “Mercedes” avtomobilləri kimi nüfuzlu tələb məhsulları nisbətən aşağı kəmiyyətdə buraxılır və onların qiymətləri çox yüksək səviyyədə saxlanılır.

Aşağı kateqoriyalı əmtəələrin fərqli xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, alıcıların gəlirlərinin artması zamanı onlara olan tələb azala bilər. Bu kateqoriyanın daha tipik nümayəndələri

çörək, kartof və balıqdır. Bu ne'mətləri "aşağı kateqoriyalı" adlandırmaqla heç də onların özlüyündə "pis" olmasını söyləmək olmaz. Sadəcə olaraq onların ne'mətlər sırasında yeri aşağıdakı bir neçə xüsusiyyətlərlə müəyyən edilir:

- 1) pul olan halda insanlar onları birinci növbədə alırlar;
- 2) insanlara nisbətən normal yaşamaq imkanı verərək, bu əmtəələr ilk növbədə xərclərin mühüm elementinə çevrilirlər;
- 3) alıcıların gəlirləri artan halda onlar birbaşa daha faydalı və keyfiyyətli ne'mətlərin istehlakına keçməyə sə'y göstərilir:

Başqa sözlə, nə qədər ki, insanlar kasıbdır, aşağı kateqoriyalı əmtəələrə tələb istənilən normal, əmtəəyə olan tələb kimi formalaşır və yalnız həyat səviyyəsinin yüksəlməsi zamanı normal və aşağı kateqoriyalı əmtəələr arasında fərqlər özünü büruzə verir. Bundan əlavə qeyd olunmalıdır ki, heç bir kütləvi istehlak əmtəəsi aşağı kateqoriyalı ne'mətlər qrupuna düşməkdən sığorta olunmamışdır.

İstehlak ne'mətlərinin mənimsənilməsindəki belə fərqləri bilərək qiymətmələgəlmə məsələlərinin həlli üçün onların daha bir təsnifləşdirilməsini də aparmaq olar. O da onların alınmasının hərəkətverici motivləri nöqtəyi-nəzərindən əmtəələrin qruplaşdırılmasından ibarətdir. Bu motivlər zərurət, tələbat yaxud arzudan ibarətdir.

Zərurət pulun ailənin yaşaması üçün zəruri olan əmtəələrə xərclənməsini diktə edir. O, ərzaq məhsullarının, paltar və ayaqqabının, mühüm dərmanların, sabun, diş pastası və yuyucu toz kimi gigiyena əşyalarının minimal dəstlərinin alışı haqqında qərarların əsasını təşkil edir.

Tələbat elə əmtəələrin alışının əsasında durur ki, ailə prinsipcə onlarsız da yaşaya bilər, lakin ailə onları lazımi pul məbləği olduqda birinci növbədə əldə edir.

Arzu elə əmtəələrin alışının hərəkətverici motivdir ki, ailə onların əldə edilməsinə yalnız tələbatın tam yaxud böyük hissəsinin ödənilməsi halda qərar verə bilər.

Təbiidir ki, tələbat və arzu arasında sərhədlər ailə üzvlərinin vərdislərdən, onların yaşadığı sosial-mə'dəni mühitdən, nəhayət vaxtdan asılı olaraq çox dəyişkəndir.

Göstərilən təsnifləşdirmənin qeyri-müəyyənliyinə baxmayaraq o, marketoloqlar və qiymətçilər tərəfindən inkar edilə bilməz. Belə ki, onun uçotu qiymət siyasətinə daha şüurlu yanaşmaq imkanı yaradır. Məsələn, 80-ci illərin axırlarında videomaqnitofon, respublika əhalisi üçün arzu obyektinə olmuşdur və çox az ailə onu əldə etmək imkanına malik idi. Ona görə də alıcıların müxtəlif markalar üzrə "qiymət-qiymətlilik" nisbətlərinə həssaslığı aşağı olmuşdur — fərq qoyulmadan rast gəlinən videomaqnitofon alınır.

Məhsul arzu kateqoriyasından tələbat kateqoriyasına keçərkən onun satışı həcmi adətən kəskin artır, lakin digər sabit şərtlər daxilində qiymətlərin əhəmiyyətli dərəcədə aşağı düşməsi ona uyğun olmalıdır. Yalnız bu halda aşağı gəlirli alıcıların geniş kütləsi bazara cəlb edilə bilər.

Alışın arzu, tələbat və zərurət kimi hərəkətverici motivlərinin qiymətləndirilməsi ona görə faydalıdır ki, o, qiymətçi mütəxəssislərə müəyyən əmtəənin bazarda alıcılar üçün qiymətliliyini təsvir etməyə şərait yaradır. Bu isə öz növbəsində istehlak mallarına və xidmətlərinə qiymətlərin formalaşdırılmasının çoxsaylı elementlərindən səmərəli istifadə edilməsinə imkan verir.

11.2. İstehlak mallarına və xidmətlərinə qiymətlərin əmələ gəlməsi metodları

Qiymətlərin formalaşdırılmasının ümumi prinsipləri tamamilə istehlak mallarına tətbiq oluna bilər. Lakin bu kateqoriyadan olan əmtəələrin xüsusiyyətləri çoxəsrlik ticarət təcrübəsindən irəli gələn və öz səmərəliliyini sübut etmiş bir sıra spesifik metodlardan istifadə olunmasını tələb edir. Həmin metodlar əsasən aşağıdakılardır:

Qiymət ayrı-seçkiliyinin miqyasının tənzimlənməsi. Ticarət ilk öncə alıcı və satıcı arasında alqı-satqı sövdələşməsinin razılaşdırılması zamanı qiymət səviyyəsinə münasibətdə mübahisədir. Lakin bu, alıcıların “danışiq aparmaq ustalığı”ndan asılı olaraq eyni bir əmtəəyə müxtəlif qiymətlərin mövcudluğu imkanları deməkdir. İqtisadi nəzəriyyə nöqtəyindən alıcıların qiymət ayrı-seçkiliyi adlandırılan bu təcrübə tələbin qiymət üzrə müxtəlif fərdi elastikliklərində öz əsaslarına malikdir. Ardıcıl olaraq tələb elastikliyindəki bu fərqlərə uyğunlaşma, satıcılara əmtəəni daha çoxlu sayda alıcılara satmaq imkanı yaradır.

Göstərilənlərlə bərabər hazırda bir sıra ölkələrdə istehlak mallarına vahid qiymətlərin qoyulması metodu kifayət qədər geniş tətbiq edilir. Məsələn, o, ABŞ-ın pərakəndə ticarətində geniş yayılmışdır. Orada müəyyən ticarət sisteminin bütün mağazaları verilən əmtəəni bütün alıcılara eyni qiymətlə satırlar. Qeyd etmək olar ki, bu metod SSRİ-də də onilliklər ərzində başlıca metod idi. Belə ki, planlı qiymətəmələgəlmənin əsas aləti bütün əmtəələrə ümumi preyskurant sistemlərinin işlənilməsi olmuşdur. Preyskurant qiymətlərindən kənarlaşmaya görə ciddi cəzalandırma nəzərdə tutulurdu.

Differensiallaşdırılmış qiymətəmələgəlmə ona görə cəlbədidir ki, o, satılmış əmtəə vahidləri sayının maksimumlaşdırılmasına və marketinq tədqiqatları aparmadan alıcılar üçün əmtəənin həqiqi iqtisadi dəyərliyi müəyyən edilməsinə şərait yaradır. Bu isə gələcək dövr üçün dəqiq kommersiya siyasətinin işlənilməsinə imkan verir. Praktiki olaraq differensiallaşdırılmış qiymətəmələgəlmə qiymət ayrı-seçkiliyinin reallaşdırılması üsuludur və prinsip etibarilə firmaya mənfəətin maksimumlaşdırılmasında kömək edir.

Differensiallaşdırılmış qiymətəmələgəlmənin çatışmamazlıqlarına aşağıdakılar aid edilir:

1) alqı-satqı prosesinin satıcıların və dilerlərin əlinə keçdiyinə görə firmanın rəhbərliyinin öz qiymətlərinin səviyyəsi üzərində nəzarəti qismən itirməsi;

2) alqı-satqı prosesinə vaxt itgisinə görə əmtəələrin satışı prosesinin ləngidilməsi;

3) əgər kiminsə eyni bir əmtəəni ucuz aldığını bilərlərsə, bəzi müştərilər tərəfindən narazılıq yaranması mümkünlüyü;

4) Xüsusən, əgər satış həcmi mükafatlandırma sisteminin əsasıdırsa, satıcıların alıcıları “istənilən qiymətlə” cəlb etmək naminə həddən artıq həvəslə güzəştlər təqdim etmələrinin təhlükəliliyi.

Differensiallaşdırılmış qiymətəmələgəlmənin praktiki reallaşdırılması, bir qayda olaraq, bazar tipli ticarətə deyil, ticarət prosesində firmanın qiymət siyasətində nəzərdə tutulmuş bu və ya digər standart güzəştlərin istifadəsinə (yaxud istifadə edilməməsinə) əsaslanır. Belə təcrübə xüsusən dünyanın bir sıra ölkələrində avtomobillərin, gəmilərin, mebelin, mətbəx və santexnika avadanlığının satışında geniş yayılmışdır.

Sadələşdirilmiş qiymətəmələgəlmə əmtəənin bütün alıcılara eyni bir qiymətlə satışını nəzərdə tutur və firmanı qiymət ayrı-seçkiliyi siyasətini həyata keçirmək imkanlarından məhrum edir. Bununla bərabər onun öz üstünlükləri vardır:

1) alıcılar satıcı-firmaya daha xeyirxah münasibətlə yanaşırlar, çünki onlar alış zamanı kimdənsə pis vəziyyətdə qalacaqlarından ehtiyat etmirlər;

2) satışın idarə edilməsi asanlaşır və ticarət fəaliyyətinin yekunlarına nəzarət edilməsində çətinlik yaratmır;

3) firma son istehlakçı üçün bilavasitə “qiymətlilik-qiymət” nisbətlərilə idarə etmək imkanı əldə edir;

4) ticarət hey'ətinin işi bir tərəfdən asanlaşır, digər tərəfdən isə ona daha aşağı qiymətlə alıcıları “aldatmaqla” deyil, əmtəənin imicinin formalaşdırılması kimi firma üçün olduqca vacib işlə məşğul olmaq lazım gəlir;

5) ticarətin özünəxidmət formasında təşkili və avtomatlaşdırma vasitələrindən (ştrix-kodlar və s.) istifadə imkanları yaranır.

Həmçinin qeyd olunmalıdır ki, pərakəndə satışın vahid qiymətlər əsasında təşkili heç də alıcılara elastik tə'sir imkanlı ticarəti inkar etmir. Bu məqsədlə yalnız başqa elementlərdən, məsələn, güzəşt kuponlarından istifadə edilməsi zəruridir.

Qiymət sıralarının formalaşdırılması. Əmtəə və xidmətlərin çox böyük sayda olması alıcılar üçün alışın seçilməsində bə'zi çətinliklər yaradır. Bu şəraitdə insanlar şüurlu qaydada istehlak mallarını xarakterizə edən parametrlərin sayını ixtisar etməyə çalışırlar. Bir qayda olaraq, bu, əmtəələrin hər hansı qruplaşdırılmasını nəzərdə tutur. Marketing eksperimentləri nəticəsində bu prosesi psixoloqlar kateqoriyalaşdırma adlandırırlar.

Bir halda ki, alıcılar kateqoriyalaşdırmaya meyllidirlər, satıcılar da onun zəruriliyi ilə hesablaşmalıdırlar. Bu məsələnin həlli aləti əmtəələrin hər bir qrupu üçün qiymət sıralarının formalaşdırılmasıdır.

Göstərilən proseduranın mahiyyəti, oxşar tə'yinatlı və keyfiyyətli, ayrı-ayrı parametrləri yaxud markaları ilə fərqlənən əmtəələrə qiymətlər çoxluğundan qiymət sıralarını təşkil edən qrup qiymətlərinə keçiddən ibarətdir. Onun qurulması məntiqi kateqoriyalaşdırma prosesinin qanunauyğunluqlarına uyğundur və onun gedişində alıcılar şüurlu şəkildə əmtəələri “yaxşı, daha yaxşı, lap yaxşı” kimi təsnifləşdirməyə cəhd edirlər.

Ticarət təcrübəsi göstərir ki, istehlak mallarının satışında 3—4-dən çox olmayan qrup qiymətlərindən yaxud qiymət zonalarından ibarət qiymət sıraları daha yüksək nəticələri tə'min edirlər. “Qiymət zonaları” anlayışı “qrup qiymətləri” anlayışından daha geniş istifadə olunur. Ona görə ki, qiymət sıralarının elementləri əksər hallarda qiymətin bir kəmiyyəti ilə deyil, bir sıra dar diapazonlarla verilir. Bu halda qrup qiymətlərinin yaxud qiymət zonalarının (əgər onlar orta qiymətlər üzrə müqayisə edilərsə) aşağıdakı qaydada fərqləndirilməsi zəruridir:

1) fərqlər əhəmiyyətli səviyyədə olmalıdır ki, alıcılar tərəfindən kifayət qədər həssaslıqla qəbul edilsin və şübhə yaratmasın;

2) fərqlər çox da dərin olmamalıdır ki, alıcılarda “aralıq” səviyyəli qiymətə malik əmtəəni axtarıb tapmaq istəyi formalaşdırmasın.

Bu keyfiyyət göstəricilərinin qiymət sırasının elementlərinin kəmiyyət göstəricilərinə transformasiya edilə bilməsi üçün əmtəə istehsalçıları və pərakəndəsatış ticarət təşkilatları satış haqqında mə'lumatlar və alıcıların sorğusu əsasında ardıcıl marketing tədqiqatları aparmalıdırlar. Həmin tədqiqatlar alıcılar tərəfindən qiymətlərin differensiallaşdırılması ölçüsünü və qiymət sıralarını formalaşdırmalı olan (bilavasitə yaxud qiymət zonalarının əsası kimi) orta qiymətləri dəqiq müəyyən etməyə imkan verir.

Ucuzlaşdırmanın aparılması. İstehlak mallarının satışı təcrübəsində ucuzlaşdırmanın aparılması, yə'ni ayrı-ayrı əmtəə növlərinin mövcud qiymətlərindən ümumi güzəştlərin edilməsi xüsusi yer tutur. Belə kommersiya siyasətinin aparılması üçün bir sıra səbəblər vardır ki, onlara hər şeydən əvvəl aşağıdakıları aid etmək olar:

1. **Mövsümi tələbat məhsullarının satışının sür'ətləndirilməsi zəruriliyi.** Bu zərurətlə o satıcı üzləşir ki, mövsümün sonunda həmin mövsüm üçün uyğun olan böyük əmtəə ehtiyatı ilə qalır və ondan yaxa qurtarmağa çalışır.

2. **Əmtəə çeşidinin formalaşdırılmasındakı səhvlərin müvazinətləşdirilməsi zəruriliyi.** İstər istehsalçı, istərsə də istehlakçı tələbin qiymətləndirilməsində, konkret olaraq isə əmtəənin satışa təklifinin yeri və vaxtı, çeşid, ölçü, rənglər və s. haqqındakı məsələlərin həllində səhvlərdən sığorta olunmamışdır. Nəticədə təklifin həcmi tələbin həcmindən yüksək olur və bu vəziyyətdə əmtəə ehtiyatının ləğv edilməsi üçün ucuzlaşdırma zəruri olur.

3. **“Geniş çeşid” siyasətinin həyata keçirilməsi.** Belə siyasət bir çox ticarət firmalarına xasdır və ondan ibarətdir ki, çeşid sırası daim yuxarıdan “zənginləşir”, yə'ni qiymətlərinin tərkibində ticarət güzəştlərinin (əlavələrinin) yüksək kəmiyyəti olan daha dəbli və keyfiyyətli əmtəələrlə doldurulur. Nə qədər ki, həmin əmtəələr daha tələbkər alıcıların tələblərini ödəyir, onların satışı satıcılara əməliyyatlardan yüksək mənfəəti tə'min etməklə normal qaydada baş verir. Bu əmtəələrin satışı piki başa çatdıqdan sonra onların qiymətlərinin aşağı salınması yeganə səmərəli qərar olur.

Ucuzlaşdırmanın aparılması məntiqindən görünür ki, onun nəticələri aşağıdakı iki amilin düzgün seçilməsindən asılıdır:

- a) ucuzlaşdırmanın miqyası;
- b) ucuzlaşdırmanın vaxtı.

Ucuzlaşdırmanın miqyası adətən ilkin qiymətlərə nisbətən faizlə verilir. Onun hesablanması əmtəənin növündən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Məsələn, son satış qiymətlərinin tənzimlənməsinin bu üsulu nüfuzlu çeşid əmtəələri və yaxud uzunmüddətli istifadə tə'yinatlı əmtəələr üçün olduqca arzuolunmazdır. Xüsusi tədqiqatlar göstərir ki, belə əmtəələrin qiymətlərinin əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salınması adətən alıcılar tərəfindən aşağı keyfiyyət yaxud nüfuzluluğun itirilməsi əlaməti kimi qəbul edilir.

Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə ucuzlaşdırma zamanı qiymət güzəştləri nadir hallarda 25%-dən yüksək olur. Belə ki, güzəştlərin yüksək olması əksər hallarda alıcıların müsbət deyil, mənfi reaksiyasına səbəb olur. Bu, aşağıdakı səbəblərlə əlaqədardır:

- 1) alıcılarda əmtəənin keyfiyyətliliyinə şübhə yaranır;
- 2) alıcılarda belə bir fikir oyanır ki, satıcı əvvəlcədən qiymətlərin həddən artıq yüksəldilməsinə meyllidir.

Ucuzlaşdırmanın kəmiyyətinin düzgün müəyyən edilməsi mövcud əmtəə qrupu üçün marketing tədqiqatlarının aparılmasını tələb edir. Bundan əlavə yalnız aradan qaldırıla bilən xərclərin uçotu ilə qiymətlərin dəyişdirilməsinin zərərsizlik şərtinin iqtisadi hesablanması da zəruridir. Əks halda, satıcılara ucuzlaşdırmanın optimal miqyasının eksperimental şəkildə yoxlanılması və satışın tələb olunan intensivliyinin tə'min edilməsinə qədər onun mərhələli artırılması lazım gəlir ki, bu da daha yüksək maliyyə nəticələrinin əldə olunmasına zəmanət vermir.

Göstərilən yanaşma mümkün olsa da, hətta ən sadə və ucuz marketinq tədqiqatlarının aparılması daha səmərəli qərardır. Onun səmərəliliyi ondan ibarətdir ki, mövcud əmtəə və ticarət müəssisəsi üçün daha optimal ucuzlaşdırma sxeminin seçilməsinə kömək edir.

Belə sxemlər çox ola bilərlər, lakin onlardan ən geniş yayılan sxemlər aşağıdakılardır:

- 1) birdəfəlik kütləvi ucuzlaşdırmanın aparılması;
- 2) çoxmərhələli, “sürüşgən” ucuzlaşdırmanın aparılması

Birinci sxemin tərəfdarları hesab edirlər ki, o alıcıların diqqətinin cəlb olunmasını təmin edir və ona görə də birdəfəlik firma üçün maksimum qəbul edilən ölçüdə ucuzlaşdırmanın aparılması zəruridir. İkinci sxemin tərəfdarları öz mövqelərini belə əsaslandırırlar ki, “sürüşgən” ucuzlaşdırma qiymətlərin həddindən artıq ucuzlaşdırılmasından uzaqlaşmaq və alıcıların davranışlarını idarə etmək imkanı verir. Sonuncu cəhət onunla bağlıdır ki, bəzən “sürüşgən” ucuzlaşdırmanı sxem üzrə aparırlar, yəni qiymətlərin növbəti dəfə aşağı salınması firmanın rəhbərliyi tərəfindən ciddi müəyyən edilmiş vaxtdan sonra həyata keçirilir. Təbiidir ki, bu sxem alıcılara məlum olmamalıdır. Əks halda onlardan bir çoxları “qiymət ovçularına” çevrilə bilərlər, yəni bilərəkdən alışlardan imtina edəcəklər və qiymətlərin “qəbul edilən” səviyyəyə qədər aşağı salınması anını gözləyəcəklər.

Ucuzlaşdırmanın aparılması üçün vaxtın seçilməsində də iki müxtəlif yanaşma mövcuddur:

1) ucuzlaşdırmanı imkan daxilində o qədər uzun müddət gecikdirmək zəruridir ki, ilkin qiymətlə mümkün qədər daha çox əmtəə vahidi satılsın;

2) hər şeydən əvvəl, dövrüyyə kapitalının dövrüyyə sürətinin yüksəldilməsinə səy göstərmək lazımdır və ona görə də mövcud əmtəənin satışı piki keçən kimi birbaşa ucuzlaşdırmanın aparılması zəruridir.

Birinci yanaşmanın bir sıra müsbət cəhətləri vardır ki, onlardan ən mühüm olanları aşağıdakılardır:

a) əmtəəni mövsümün başa çatmasına qədər almış və bir neçə gündən sonra onun ucuzlaşdırılmasının şahidi olan alıcılar arasında narazılığın qarşısının alınması;

b) müəyyən mövsümün başa çatmasını yaxud müxtəlif bayramlara ucuzlaşdırılmış kompleks satışlar çərçivəsində bir çox əmtəələrin ucuzlaşdırılmasının sinxronlaşdırılmasının mümkünlüyü.

Asanlıqla müəyyən etmək olar ki, bu strategiya kütləvi ucuzlaşdırmanın aparılması sxemi ilə yaxşı uzlaşır. Əksinə, ucuzlaşdırma üçün vaxtın seçilməsinin ikinci strategiyası xırda, “sürüşgən” ucuzlaşdırma şəraitində daha səmərəlidir.

Təcrübədə firmalar hər şeydən əvvəl yuxarıda göstərilən yanaşmaları üzvi əlaqələndirərək kombinə edilmiş ucuzlaşdırma siyasətini həyata keçirirlər.

Xidmət sferası da əmtəələrin əhatə dairəsi kimi rəngarəngdir və sürətlə genişlənir. Xidmətlərin əsas xüsusiyyəti onların qeyri-maddi xarakteridir. Xidmətlər dəstinə qiymətəmələgəlmə məntiqi əmtəə dəstinə qiymətəmələgəlmə məntiqi ilə eynidir — ne'mətlər kompleksinin alışı alıcıya dəstin hər bir elementinin ayrılıqda alışına nisbətən ucuz başa gəlir.

Bununla əlaqədar xidmət sferasında iki növ dəsi ayırmaq mümkündür.

Onlardan birincisini bölünməz dəst adlandırırlar. Ona görə ki, onun tərkibinə daxil olan xidmətləri ayrılıqda almaq olmaz. Bu, belə xidmət dəstinə təklif edən firmaların ehtiyat etmələri ilə əlaqədardır, çünki dəstə aid olan bəzi nadir xidmətlərin ayrılıqda satışı alıcıların

digər növ xidmətlərin alışına marağını yox edir və onlar reallaşdırılmırlar. Başqa sözlə, belə dəstdə ikinci kateqoriyalı xidmətlər daha qiymətli iş növlərinə əlavə və ya “yük” kimi çıxış edirlər. Belə kommersiya siyasəti adətən differensiallaşdırma siyasətini reallaşdıran firmalar tərəfindən həyata keçirilir. Onlar nəzərdə tuturlar ki, onların xidmətlərinin alınmasının əsasını müştərilərə təklif etdikləri xidmətlər dəstinin nadirliyi təşkil edir. Uyğun olaraq xidmətlər dəstinin qiymətlərinin formalaşmasının mühüm amili onun nadirliyidir.

İkinci növ bölünən dəstdir. O, müştərilərə seçmək imkanı verir: bütöv xidmətlər dəstinə almaq, yoxsa yalnız dəstə daxil bir neçə (hətta bir) xidmət növünü almaq. Bölünən dəstin satışında qiymətlərin əmələ gəlməsinə yanaşma da dəyişir: alışı kompleksliliyinə görə alıcıları əhəmiyyətli dərəcədə maraqlandıra biləcək güzəştin ölçüsünü tapmaq lazımdır.

Xidmətlərə qiymətin əmələ gəlməsindən danışarkən yalnız xidmətlərin göstərilməsi ilə deyil, həm də onların istehlakı ilə bağlı xərclərin uçotu da mühüm amillərdən biridir. Burada müştərilərin aşağıdakılarla bağlı xərcləri nəzərdə tutulur:

1) xidmətlərin alınmasının təşkilinə vaxt məsrəfləri ilə (məsələn, bə'zən mənzilin tə'miri müddətində öz hesabına mə'zuniyyətə çıxmaq lazım gəlir və bu halda vaxt konkret pul qiymətliliyi kəsb edir);

2) fiziki güc məsrəfləri ilə (məsələn, məişət cihazlarını tə'mir edən firmalar onların e'malatxanaya gətirilməsini tələb edə bilərlər);

3) əsəbi-psixi xərclər (xidmət hər şeydən əvvəl müştərilərinin xidmət hey'əti ilə qarşılıqlı fəaliyyətini nəzərdə tutur);

4) Sensor xərclər — onları xidmətlərin göstərilməsinin xoşagəlməz (yanakı) effektləri yaradırlar (məsələn, tə'mir zamanı səs-küy, qoxu, toz, yaxud stomatoloji prosedura zamanı yaranan ağrılar).

Göstərilən xərclərə xüsusi diqqət yetirilməsi onunla bağlıdır ki, bir çox müştərilər onlardan yaxa qurtarmaq üçün yüksəldilmiş qiymət ödəməyə hazırdırlar. Əgər firma müştərilərin həmin xərclərini aradan qaldırmaq imkanına malikdirsə, onda öz reklamında bunu nəzərə çarpdırmaqla əsaslandırılmış şəkildə alıcılardan daha yüksək ödəniş tələb edə bilər. Məsələn, bir çox ölkələrdə müştərilərə mənzilin tə'mirinin həyata keçirilməsinin iki variantı təklif olunur: sifarişçinin iştirakı ilə və firmanın tam məs'uliyyəti ilə. Sonuncu variant nəzərdə tutur ki, tə'mir firması bütün işləri tə'mir müddətində mə'zuniyyətə getmiş, mehmanxanada yaxın tanışların mənzilində yaşayan sifarişçinin iştirakı olmadan yerinə yetirir. Uyğun olaraq firma bütün zibilin yığılmasını öz üzərinə götürür və tə'mirdən sonra mənzilin “gəl-yaşa” vəziyyətində təhvil verilməsinə zəmanət verir. Belə tə'mir bəla olsa da müştəri fiziki, əsəbi-psixi və sensor xərclərdən azad olur.

Xidmətlərin göstərilməsinin ənənəvi sxemləri ilə müqayisədə müştərilərin xərclərinin qəanətinə görə əlavələrin ölçüsünü müəyyən etmək kifayət dərəcədə mürəkkəbdir. Bu məsələnin həlli ya marketinq tədqiqatlarının aparılmasından, ya da tarif səviyyələrinin eksperimental variasiyasının nəticəsindən ibarətdir.

11.4. İstehsal- texniki tə'yinatlı məhsullara qiymətin əmələ gəlməsi xüsusiyyətləri və qiymətdöymə modeli.

İstehsal-texniki tə'yinatlı məhsullara qiymətlərin formalaşması ümumi qanunauyğunluqlara əsaslansa da, onun özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Bu isə hər şeydən əvvəl, aşağıdakı amillərlə əlaqədardır:

- satılan əmtəələrin xarakteri ilə;
- bazar iştirakçılarının dairəsi ilə;
- satışa təsir edən amillərin əhatə dairəsi ilə.

Bazarda satılan əmtəələrin xarakterinin müxtəlifliyi ona görə əhəmiyyətlidir ki, əmtəə və xidmətlərin yaradılmasında texnoloji proseslərin reallaşması üçün əlverişli şərait yaranmış olsun. Buradan isə bir neçə mühüm vəzifələr meydana çıxır:

1) Əmtəə bazarında tələb istehsal xarakteri daşdığından əmtəə və xidmətlər bazarı üzrə konyuktura ilə müəyyənləşdirilir ki, bu da istehsal-texniki tə'yinatlı məhsulların hazırlanması üçün istifadə olunur;

2) Bir çox əmtəə növləri uzun müddət ərzində istifadə olunur və alıcı üçün qiymətlərin kəmiyyəti təkcə ona görə lazım deyil. Bu zaman yalnız əsas əmtəələrin istifadəsi üzrə növbəti xərclər, bütün istismar dövründə yekun xərcləri əsas götürülür;

3) Alıcı üçün əmtəənin faydalılığı adətən əsas parametrlərin kəmiyyəti ilə qiymətləndirilir.

Ümumən istehsal-texniki tə'yinatlı əmtəələrin üzrə bütün çeşidini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1) Bir dəfə alınan əmtəələr. Bu kateqoriyaya əsas kapital üsurləri daxildir. Məsələn, maşınlar, gəmilər, binalar və s.

2) Bir neçə dəfə alınan əmtəələr. Bu kateqoriyaya öz növbəsində 3 müxtəlif əmtəə qrupu daxildir:

a) Xammal. Təbii əşyaların ilk dəfə işlənib hazırlanmasından (neft, qaz, çuqun və s.);

b) Materiallar. Buraya yalnız e'mal olunmuş əmtəələr deyil, həm də daha mürəkkəb və kompleks əmtəə növlərinin istifadəsi və hazırlanması üçün vacib olan əmtəələr (izolə edilmişlər və meşə materialları, parçalar, laklar, dəri, rezin-texniki mə'lumatlar və s.) aid edilir;

v) Qablaşdırıcı mə'lumatlar. Buraya istehsalın mərhələləri üzrə növbəti mə'mulatlardan bilavasitə daxil edilməsi mümkün olmayan mə'mulatlardan (mazut, yağlar, cilalayıcı pastalar, yuyucu materiallar, boyalar və s.) aid edilir.

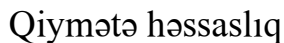
İstehsal-texniki tə'yinatlı məhsullara iqtisadi tə'yinat baxımından müxtəlif cür yanaşmaq olar. Məhz bu mövqedən əmtəələrin istifadə olunmasını qeyd edək:

1) Son məhsulun əsasında bilavasitə məhsulun hazırlanması üçün;

2) İstehsal fəaliyyəti qərtlərinin tə'min edilməsi üçün;

3) İstehsal fiziki kapitalın formalaşması üçün.

Birinci kateqoriyalı məhsulların istifadəsi ilə bağlı olan xərclər bilavasitə birbaşa dəyişən xərclərin tərkibinə daxildir. Alıcı firmaların bu cür əmtəələrin qiymətlərinə həssaslığı ona görə yüksək olur ki, alınan resurslar üzrə qiymətlərin istənilən dərəcədə artması xüsusi çəkiyə malik xərclərin yüksəlməsinə şərait yaradır.



- 1) firmalar — əmtəə istehsalçıları;
- 2) satışda vasitəçilik edən diler firmaları;
- 3) dövlət təşkilatları.

1) íîëàðà îëàí òÿëÿá òððÿìÿ òàðàêòàð äàøúéûð;

3) ĩĕađúí ěňđaũĕaĕ đaĕaaaĕũĕũũ đãđĩĕĕĕ ñýĩyăĕýđăy òyňăĕò ăăĕĕýĩ ĩăđăĩăđđĕýđĕý
ýđĕýĩăĕđĕĕĕđ.

Öyüðöáyäy èñdàùñàè-òǎõíèèè òyèèíàdèù ìyùñóèèàðù áyçyí èñdàùñàè-òyñyððòòàð
èééyðèíáyèè ðíèóíá áy éà àèùñàñù ìyǎñyǎèyðèíy ýbðy äy ððóíèàøàùðùðèàð:

à) ííëàðäáí èñòèôàäÿ àòìÿêëÿ ñíí ìÿùñóë èñòàùñàëù ö÷öí;

á) èñòàũñàè –ôèçèèè êàìèòàèüí ôîðìàèàøäüðüèìñû ö÷ôi;

â) ëñòàũñäë – òÿñÿððòòàò ôÿàëëëéÿòè øÿðàèèèíí òÿííí áàëëìÿñë ö÷íí;

İyçyðy æëûñæûäüð èè, èñðäüèæè àæëäðü ààçàðûíàáí ôýðäèè íèàðäà èñðäüñàè-ðäôíèèè ðýéèíàðèü íýùñóèèä ààçàðûíàà æëüüíúíúí ààçàð ýóüó èèý ýèäýäàð íññíññíèèà âýçèéýðèíèí éàðñíññü ïòíèöíäöð. Alıcının tə'siretmə dərəcəsi (bazar gücü) danışıqlar prosesində satıcıya özü üçün sərfəli sövdələşmə şərtlərini qəbul etdirə bilmək qabiliyyətinin meyarıdır. Alıcı nə qədər zəif olsa, satıcı bir o qədər öz qiymət səviyyəsini ona tədriclə diqtə edir və alıcının danışıqlarda sərt mövqedə dayanması təhlükəsi bir o qədər zəif olur. Marketing tədqiqatları

göstərir ki, alıcıların tə'siretmə dərəcəsi (bazar gücü) bir sıra amillərdən asılıdır. Həmin amillərin ən əhəmiyyətliləri aşağıdakılardır:

- 1) alıcı-firmanın ölçüsü (onun məhdud sahə üzrə orta müəssisələrlə nisbəti);
- 2) keçmişdə alışların həcmi;
- 3) gələcəkdə gözlənilən tədarük həcmi;
- 4) kreditin cəlb edilməsi şəraiti və mümkünlüyü (kredit reytingi);
- 5) satıcıdan asılılıq ("satın alınmış mə'mulatlar — onlardan istifadə texnologiyası" əlaqəsinin nadirlilik dərəcəsi).

Əgər alıcıların bazar gücünü "yüksək-aşağı" şkala üzrə qiymətləndirsək, onda istehsal-texniki tə'yinatlı məhsullar bazarında bütün şəraitlər çoxluğunu aşağıdakı təsnifləşdirmə cədvəli şəklində göstərmək olar:

1. **Yeni məmulatın (YM) alışı.** Bu, alışlar üzrə mütəxəssislər tərəfindən həll edilən ən mürəkkəb məsələlərdən biridir. Onlar, xüsusən, firma tərəfindən belə mə'mulatlar alınmadığı hallarda belə çətinliklərlə üzləşirlər. Bu, son məhsulun yeni növlərinin mənimsənilməsi yaxud onların istehsalı texnologiyasında əhəmiyyətli dəyişikliklər aparılması zamanı baş verir.

Yaxşı təşkil olunmuş alış xidmətinə malik olan firma yeni mə'mulatın alışı məsələsinin həlli zərurəti ilə qarşılaşdıqda o, optimal malgöndərəninin seçilməsinin xüsusi prosedurası əsasında fəaliyyət göstərir ki, bu da aşağıdakılar haqqında informasiyanın toplanması və hərtərəfli təhlilini tələb edir:

- a) mümkün malgöndərənlərin qiymətləri haqqında;
- b) onlar tərəfindən təklif olunan məhsulun parametrləri haqqında;
- v) malgöndərənlərin (məhsulun keyfiyyəti və göndərişin vaxtında yerinə yetirilməsi baxımından) reputasiyası haqqında;
- q) qiymətlərin aşağı salınması imkanları (güzəştlər) haqqında və s.

Optimal malgöndərəninin seçilməsi xüsusən, yüksək əhəmiyyət kəsb etdiyi halda, mövcud proses firmanın rəhbərliyinin bilavasitə iştirakı ilə aparıla bilər. Firmanın rəhbərliyi ilə ya seçki mə'yarını müəyyən edir, ya da alış şö'bəsi tərəfindən təqdim olunmuş informasiyanın müzakirəsinin yekunlarına əsasən malgöndərəninin seçilməsi haqqında qərar qəbul edir.

Uyğun olaraq, satıcılar da bu vəziyyətlə üzləşdikləri halda bütün marketing elementlərindən istifadəli etməli və maksimum sə'y göstərməlidir ki, göndəriş üzrə kontrakta nail olsunlar.

2. **Modifikasiya edilmiş məmulatın (MM) alışı.** Bu vəziyyət nisbətən az mürəkkəbliyə malikdir. Əgər keçmiş modifikasiyalı mə'mulat alıcını qane edirdisə, onda söyləməyə əsas var ki, o, əvvəlki malgöndərənə və yeni modifikasiyaya meylli olacaq.

Bununla bərabər bu vəziyyətdə qeyri-müəyyənlik elementi də var: əgər yeni modifikasiyanın alışı yüksək həcmdə nəzərdə tutulursa, onda alıcının qiymətlərə həssaslığı da artır. Bu halda alıcı özlüyündə xüsusi, qeyri-rəsmi tender e'lan edir, yə'ni müxtəlif firmaların məhsulları üzrə "qiymətlilik/qiymət" nisbətlərinin müqayisəsi əsasında mümkün malgöndərənlərin müsabiqəsini təşkil edir. Əlbəttə ki, bu zaman alternativ malgöndərənlərin axtarılmasının intensivliyi, alışlar haqqında qərarların qəbul edilməsi səviyyəsi kimi prinsipə yeni məhsulun alışı halındakına nisbətən aşağı olacaqdır.

3. **Standart məmulatın (SM) alışı.** Bu vəziyyət eyni bir "malgöndərən-alıcı" cütlüyü çərçivəsində standart məhsulun ardıcıl göndərişlərində alıcını qane edirsə, onda yeni

partiyanın alınması bə'zən hətta avtomatlaşdırılmış proseduraya çevrilir. nəticədə alıcının qiymətlərə həssaslığı azalır və yeni mə'mulatin alınması vəziyyətinə nisbətən çox aşağı olur.

Bu, satıcı üçün sərfəlidir, lakin, digər tərəfdən satışın əhəmiyyətli dərəcədə artırılması onun üçün yeni alıcının cəlb edilməsi halındakı nisbətən çətinlikdir. Satış həcmi maksimumlaşdırılması üçün yeganə metod təsbit edilmiş vaxt müddəti ərzində alış həcminə yaxud alınan əmtəə partiyasının ölçüsünə görə güzəşt variantlarının axtarılmasıdır.

Qeyd olunmalıdır ki, istehsal-texniki tə'yinatlı məhsulların qiymətlərinə alıcıların həssaslığı dərəcəsi əhəmiyyətli dərəcədə bu qiymətlərin dəyişməsinin alıcının məqsədlərinə nail olmaq üçün zəruri dəyişən və birbaşa xərclərə tə'sirindən asılıdır.

Göstərilən qanunauyğunluqlara istinad edərək istehsal-texniki məhsullar (aralıq əmtəələr) bazarında üç tipik vəziyyəti fərqləndirmək olar:

1) tədarük qiymətlərinin dəyişməsi birbaşa son məhsulun qiymətinin dəyişməsinə gətirib çıxarır. Alınan resursların mövcud tipinə çəkilən xərclər ümumi xərclərin kəmiyyətində yüksək xüsusi çəkiyə malikdirsə, bu, qaçılmaz olur və firma öz mənfəətinin bir qədər ixtisar olunması hesabına onların artımını müvazinətləşdirə bilmir. Əgər firmanın analoji resursları rəqiblərin cüz'i yüksək qiymətlərə alması haqqında düşünməyə əsas vardırırsa, alıcıların qiymətlərə həssaslığı xüsusən yüksək olur. bu halda resursların alış qiymətləri bilavasitə rəqabət qabiliyyətinin aşağı salınması amilinə çevrilir və alıcıların kəskin reaksiyasına səbəb ola bilirlər;

2) alış qiymətlərinin dəyişməsi yalnız dolayı yaxud üstəlik xərclərin dəyişməsinə səbəb olur. Əgər alınan resursların qiymətləri xərclərin əhəmiyyətli dərəcədə atmasına gətirib çıxarmasa da, son məhsulun qiyməti yüksəlir və bu halda alıcı aralıq məhsulun qiymətinə daha diqqətli yanaşma göstərir;

3) **xüsusi variant** — təsdiq olunmuş büdcəyə və normativlərə uyğun olaraq dövlət təşkilatları tərəfindən məhsul alış. Bürokratik struktur olan alıcıların davranışları məntiqi sadədir: nə vaxta qədər ki, potensial malgöndərənlərin təklif etdikləri qiymət təsdiq olunmuş büdcə normativlərindən aşağıdır, digər alternativ malgöndərənlərin qiymətlərinə nisbətən onun yüksək olmasının onlar üçün fərqi yoxdur. Başqa sözlə, həmin həddən aşağı qiymətlərə dövlət təşkilatlarının həssaslığı azalır.

Əgər büdcə təsdiq olunmamışdırsa və alış qiymətlərinin son hədd səviyyəsi müəyyən edilməmişdirsə, dövlət alıcılarının qiymətlərə həssaslığı artır. Bunun səbəbi isə mə'lumdur: alış qiymətlərinin səviyyəsi müvafiq büdcə layihəsinin maddələri üzrə xərclərin kəmiyyətinə tə'sir göstərməyə başlayır və ona görə də dövlət mə'murları qiymətləri daha dərindən təhlil etməyə məcbur olurlar.

İstehsal-texniki tə'yinatlı məhsullar bazarında qiymət səviyyəsinə alıcı nöqteyi-nəzərindən də baxmaq olar. Bu, alıcının qiymətlərə həssaslığının hansı hallarda daha yüksək olduğunu öyrənmək imkanı yaradır. Əgər təsnifləşdirmənin əsası kimi alışlar haqqında qərarların yuxarıda göstərilən üç mürəkkəbli səviyyəsi və qiymətlərə həssaslığın formalaşdırılması üçün üç müxtəlif amillər götürülsə, onda müxtəlif vəziyyətlərin spesifik matrisi formalaşmış olar.

İstehsal-texniki tə'yinatlı məhsullara qiymətlərin formalaşması prosesində onların faydalılığının dəqiq müəyyən edilən kəmiyyət parametrləri ilə ifadə oluna bilməsi faktı dərin izlər buraxır. Həmin parametrlər alışlar üzrə mütəxəssislər tərəfindən formal hesablaşma və müqayisələrin aparılmasına qədər şüurlu surətdə tədqiq edirlər.

MÖVZU 12. ƏMLAKIN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN NƏZƏRİ ƏSASLARI. PLAN

- 12.1. Qiymətləndirmə fəaliyyətinin məqsədi və qiymətləndirmənin növləri
- 12.2. Qiymətləndirmə fəaliyyətinin obyektləri və subyektləri
- 12.3. Qiymətləndirmədə istifadə olunan ilkin baza göstəriciləri
- 12.4. . Qiymətləndirmədə zəruri olan mühit və bazar amilləri

12.1 Qiymətləndirmə fəaliyyətinin məqsədi və qiymətləndirmənin növləri

Qiymətləndirmə elmi-metodoloji əsaslara malik bir sistemdir. O, dəyərin qiymətləndirilməsi üçün konkret vəzifə və qaydaların müəyyənləşdirilməsini, lazımı məlumatların toplanılmasını, real proqnozlara nail olunmasını, onların təhlilini, habelə konkret obyektin dəyərinin dəqiq hesablanmasını nəzərdə tutur.

Qiymətləndirmə geniş mənada, qiymətləndirici subyektlərin əmlakın bazar və ya digər dəyərlərinin (girov dəyəri, investisiya dəyəri, likvid dəyəri, tam bərpa dəyəri, qalıq dəyəri, ləğvetmə dəyəri) müəyyən edilməsinə yönəlmiş fəaliyyətidir. Lakin bu fəaliyyətin dəqiqliyi nöqtəyi-nəzərindən onun bir sıra məhdudlaşdırıcı şərtləri və xüsusiyyətləri də vardır. Bunları nəzərə almaqla “qiymətləndirmə fəaliyyət”i dedikdə, sifarişçinin (istehlakçının) konkret məqsədlərini rəhbər tutaraq əmlakın bazar və ya digər dəyərinin qiymətləndirici tərəfindən müstəqil şəkildə, həm də dəqiq müəyyən edilməsi üzrə fəaliyyət nəzərdə tutulur. Bu anlayışa uyğun olaraq, qiymətləndirmə fəaliyyətinin aşağıdakı əlamətləri mövcuddur və dünya təcrübəsində onların nəzərə alınmasına böyük əhəmiyyət verilir: Birincisi, qiymətləndirmə fəaliyyəti məqsədli xarakter daşıyır. Belə ki, qiymətləndirilən əmlakın hansı məqsəd üçün qiymətləndirilməsi müəyyən edilməlidir; ikincisi, həmin məqsədlərə müvafiq olaraq, qiymətləndirmə fəaliyyəti müxtəlif dəyərlərin müəyyən edilməsinə yönəldilir. Deməli, fəaliyyətin mövcud hüquqi və normativ bazası buna tam imkan verməlidir. Lakin bazar iqtisadiyyatı şəraitində bazar dəyərinin əhəmiyyətini və onun tətbiqi məqamlarını xüsusi qeyd etmək lazımdır; üçüncüsü, bu fəaliyyət bilavasitə əmlak qiymətləndiricisi tərəfindən həyata keçirilir; dördüncüsü qiymətləndirmə fəaliyyəti konkret dəyərin müəyyən edilməsinə yönəldilmiş prosesdir.

Ümumi ifadə ilə dedikdə, qiymətləndirmə əmlakın dəyərinin müəyyən edilməsidir. Lakin bu və ya digər əmlakın qiymətləndirilməsi məqsədindən asılı olaraq, onların dəyəri əsaslı surətdə dəyişə bilər. Bu da, obyektin dəyərinin spesifik məqsədlər üçün müəyyən edilməsi tələblərindən irəli gəlir

Hazırda qiymətləndirmə fəaliyyəti çox geniş məqsədlər üçün – əmlakın vergitutma bazasının müəyyənləşdirilməsi, dövlət əmlakının özəlləşdirilməsi, əmlakın girov qoyulması, əmlakın sığorta olunması, investisiya qoyuluşları, hüquqi şəxslərin yaradılması və yenidən təşkili (ləğvi, ayrılması, birləşməsi), habelə, məhkəmələrdə əmlak mübahisələri zamanı aparılır. Əmlak bazarının inkişafı qiymətləndirmə məqsədlərinin əhatə dairəsinin genişlənməsinə səbəb olur və yeni qiymətləndirmə növlərini meydana çıxarır.

Əmlakın hansı məqsəd üçün qiymətləndirilməsi tərəflər (qiymətləndirici və sifarişçi) arasında əmlakın qiymətləndirilməsi üzrə bağlanacaq müqavilə ilə müəyyənləşdirilir. Çünki

qiymətləndirmə fəaliyyətinin məqsədi qiymətləndirmənin yanaşma və metodlarının, habelə dəyər növlərinin seçilməsi üçün əsas olur. Bu da, sifarişçi ilə qiymətləndirici arasındakı razılaşma müqviləsi ilə müəyyən edilir. Digər tərəfdən isə, ayrı-ayrı məqsədlər üçün qiymətləndirmə aparılarkən müxtəlif qanunvericilik aktlarına istinad olunur. Özəlləşdirilən əmlakın qiymətləndirilməsinin hüquqi əsasları vergi məqsədləri üçün əmlakın qiymətləndirilməsinin hüquqi əsaslarından fərqlidir. Bu baxımdan, qiymətləndirmənin məqsədindən və növündən asılı olmayaraq əmlakın qiymətləndirilməsinin ümumi qaydaları olmalı və o, bu əmlakın bazar dəyərinin aşkara çıxarılmasına xidmət etməlidir.

Qiymətləndirmənin məqsədindən asılı olaraq qiymətləndirmənin kütləvi və fərdi qiymətləndirmə növləri mövcuddur.

Kütləvi qiymətləndirmə statistik təhlil və standart prosedurlardan istifadə etməklə çoxlu sayda obyektlərin (əmlak qrupunun) müəyyən tarixə olan dəyərinin sistemətiq qiymətləndirilməsidir. Kütləvi qiymətləndirmə adi qaydada öz aralarında fərqləndirilən çoxsaylı obyektlərin qiymətləndirilməsi ilə əlaqədardır. Standart prosedurların hazırlanması, statistik təhlillərin əldə olunması və tətbiqi kütləvi qiymətləndirmənin predmetini təşkil edir.

Fərdi qiymətləndirmədən fərqli olaraq kütləvi qiymətləndirmənin miqyası bu proseslə məşğul olan böyük işçi heyəti tələb edir. Təhlilin aparılması və qərarların qəbulu həmin işçi heyətinin birgə rəyi ilə təsdiqlənir.

Kütləvi qiymətləndirmənin məqsədləri üzrə işlənən modellər konkret obyektlər üçün deyil, əmlak qrupu üçün xarakterik olan tələb və təklifin strukturunu əks etdirməlidir.

Eyni qrupa aid olan və çoxsaylı cəhətləri üst-üstə düşən qiymətləndirmə obyektləri bir-birini təkrarlamır. Zəruri hallarda bu fərqləri əsaslandırmaq və qiymətlərinin də fərqli olduğunu izah etmək olar.

İqtisadi ədəbiyyatda vergitutma, sığorta məqsədi ilə qiymətləndirmə və əsas fondların yenidən qiymətləndirilməsi kütləvi qiymətləndirməyə aid edilir. Kütləvi qiymətləndirmənin vergitutma məqsədləri üçün üstünlüyü şübhəsizdir. Bu da, dövlətin vergi siyasətinin qarşısında duran vəzifələrlə şərtlənir. Məlum olduğu kimi, vergi siyasətində ədalətliyiin ilkin şərti hamıya bərabər yanaşmanın təmin edilməsidir. Əgər bir vergi ödəyicisi ona digərindən fərqli yanaşmalar tətbiq edildiyini düşünürsə, bu verginin vicdanla ödənilməsinin motivləşdirilməsinə imkan verməz. Ona görə də vergiqoyma zamanı dəyərin standart qaydada müəyyən edilməsinə üstünlük verilir.

Fərdi qiymətləndirmə obyektin müəyyən tarixə qiymətləndirilməsidir. Fərdi qiymətləndirmə də əmlakın qiymətləndirilməsi məqsədindən irəli gəlir. Belə ki, əmlak sahibinin (məsələn, əmlakın girov qoyulması, alqı-satqı və s. hallarında) əmlakı özünün fərdi mülahizələrinə, arzu və istəklərinə görə qiymətləndirməsi fərdi qiymətləndirmədir.

Fərdi qiymətləndirmədə hesablamaların keyfiyyəti adətən, analoji obyektlərin real satışlarının müqayisəsi əsasında müəyyən edilir.

Qiymətləndirmənin məqsədindən asılı olaraq istənilən əmlak obyektini fərdiləşdirmək (özünəməxsusluğunu qeyd etməklə) və ya ümumiləşdirmək (hansı tipə məxsus olduğunu müəyyən etməklə) olar. Birinci halda qiymətləndirici obyektin xüsusiyyətlərini nəzərə çatdırmaqla fərdi yanaşmadan istifadə edir və onun standart metodlarla qiymətləndirməsinin səhv olması səbəblərini göstərir. İkinci halda isə, kütləvi qiymətləndirmənin qəbulu müxtəlif əmlak obyektlərinin qiymətləndirilməsinin vahid metodikasını işləyib hazırlamağa imkan yaradır.

Həm fərdi, həm də kütləvi qiymətləndirmənin tətbiqi iqtisadi təhlil məsələləridir. Onların əsasında müəyyən nəticələrin əldə edilməsi üçün zəruri olan informasiyaların toplanması, təhlili və işlənməsi durur.

Qiymətləndirmənin zəruriliyi və ya könüllülüüyü hüquqi məsələlərə daha çox aiddir. Lakin onun bir sıra iqtisadi məqamlarının aydınlaşdırılmasına da ehtiyac vardır. Məqsəd və təyinatından asılı olaraq, əmlakın qiymətləndirilməsinin iki növü mövcuddur:

a) mütləq qiymətləndirmə;

b) könüllü qiymətləndirmə.

Əmlakın mütləq və ya könüllü qiymətləndirilməsinə dair hüquqi əsaslar 1998-ci ildə qəbul edilmiş Azərbaycan Respublikasının “Qiymətləndirmə fəaliyyəti haqqında” Qanununda müfəssəl şəkildə göstərilir. Eyni zamanda, digər qanunvericilik aktlarında da (Azərbaycan Respublikasının Mülki, Vergi, Torpaq məəcəllələrində; bank, maliyyə, sığorta və s. haqqında bir sıra qanunlarda), əmlakın qiymətləndirilməsinin məcburiliyi və ya könüllülüüyü halları xüsusi olaraq göstərilir.

Könüllü qiymətləndirmə daha geniş və əhatəlidir. Əmlakın alqı-satqısı, bölgüsü, birləşdirilməsi, bağışlanması, yeni firma və şirkətlərin yaranması əmlak bazarının fasiləsiz olaraq hərəkətini, hər bir əmlakın dövriyyəsinə şərtləndirən gerçəkliklərdən biridir. Sahibkarın öz əmlakından istifadə müstəqilliyi qanunvericiliklə təmin edildiyi kimi, həmin əmlakın yuxarıda sadalanan proseslərə qatılması üçün sahibkar onu qiymətləndirmək hüququna malikdir. Deməli, bu zaman könüllü olaraq əmlak sahibi digər bir sahibkara (peşəkar qiymətləndirici özü də intellektual sahibkarlar sırasına aid edilə bilər) müraciət etməli olur. Tərəflər arasında müvafiq müqavilələr imzalanır və heç kəsdən asılı olmayan həmin əmlakın dəyərinin saxtalaşdırılmasında heç bir marağı olmayan müstəqil qiymətləndirici sahibkarın sifarişinə əsasən onun əmlakının real dəyərinin müəyyən edilməsi prosesinə qatılır.

12.2. Qiymətləndirmə fəaliyyətinin obyektləri və subyektləri

Qiymətləndirmə prosesi qiymətləndirilən obyektlərin və onları qiymətləndirən subyektlərin mövcudluğunu nəzərdə tutur. “Qiymətləndirmə fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda qiymətləndirmə obyektinə belə tərif verilir: “Qiymətləndirmə fəaliyyətinin obyektləri - qiymətləndirilməsi mülki qanunvericilikdə nəzərdə tutulan və ya sifarişçi tərəfindən zəruri hesab edilən istənilən əmlakdır”. Deməli, mülki dövriyyədə iştirak edən və mülki hüquq obyektlərinə aid olan hər hansı mülkiyyət obyekti (məsələn, daşınmaz əmlak obyekti) qiymətləndirmə fəaliyyətinin obyekti ola bilər. Mülkiyyət obyekti isə əmlaka hər hansı əmlak hüquqlarının (o cümlədən mülkiyyət hüququnun) və əmlak sahibinin (mülkiyyətçinin) olmasını nəzərdə tutur.

Əmlak növlərini öz xarakterinə görə, əsasən, iki böyük qrupda birləşdirmək olar: əşyalar və qeyri-maddi aktivlər.

Əşyalar daşınar və daşınmaz əmlak növlərindən, bitki və heyvanlardan ibarətdir.

Qeyri-maddi aktivlər (əmlak növləri) başqa şəxslərə verilə bilən və ya sahibinə maddi fayda gətirən, habelə başqa şəxslərdən nə isə tələb etmək hüququ vermək üçün nəzərdə tutulan tələblər və hüquqlardır. Bu kateqoriyaya uzun müddət təsərrüfat fəaliyyətində istifadə olunan və gəlir gətirən aktivlər, əmlaka hüquqlar, kəşflər, sənaye nümunələrinə verilən patentlər, lisenziyalar, nou-hau, ticarət markaları, əmtəə nişanları, əqli mülkiyyət obyektləri, tələblər, informasiyalar və s. aiddir.

Qeyd olunanları ümumiləşdirərək demək olar ki, qiymətləndirmə obyektlərinə aşağıdakılar aiddir:

- ayrı-ayrı material (əşya) obyektləri;
- əmlak və qeyri-maddi aktivlər üzərində mülkiyyət və digər əşya hüququ;
- tələblər, öhdəliklər;
- işlər, xidmətlər, informasiyalar;
- intellektual mülkiyyət obyektləri və Azərbaycan qanunvericiliyi ilə mülki dövriyyədə olan digər mülki hüquq obyektləri.

Bəzi qiymətləndirmə obyektlərini daha ətraflı nəzərdən keçirək.

Daşınmaz əmlak - torpaq sahələri, yerin təki, ayrıca su obyektləri, meşələr, çoxillik əkmələr, binalar, qurğular və torpaqla birbaşa bağlı olan digər əşyalar, yəni təyinatına zərər vurulmadan yerinin dəyişdirilməsi mümkün olmayan obyektlərdir. Təcrübədə daşınmaz əmlakın aşağıdakı kateqoriyaları fərqləndirilir:

- sahibkarın biznes məqsədləri üçün istifadə etdiyi daşınmaz əmlak;
- birdəfəlik və vaxtaşırı normalar üzrə gəlir gətirən (satılan, icarəyə verilən və s.) daşınmaz əmlak (kommersiya daşınmaz əmlakı);
- biznesin əlavə ehtiyaclarını ödəyən daşınmaz əmlak.

Daşınar əmlak – daşınmaz əşyalara aid edilə bilməyən bütün əmlak növləridir. Buraya nəqliyyat vasitələri, avadanlıqlar və s. daxildir.

Qiymətləndirmə fəaliyyətinin subyektləri dedikdə, qiymətləndiricilər və sifarişçilər nəzərdə tutulur. Başqa sözlə, onlara qiymətləndirmə üzrə tərəflər də deyilir.

Qiymətləndirici – fəaliyyəti qanunvericiliklə ciddi tənzimlənən və peşəkar qiymətləndirmə fəaliyyəti ilə məşğul olan hüquqi və ya fiziki şəxsdir. O, özünün xüsusi biliyinə əsaslanaraq əmlakın bazar və ya digər dəyərini müəyyən edir, bu barədə sifarişçiyə yazılı və həm də, hüquqi statusu olan hesabat verir.

Qiymətləndirmənin keyfiyyəti qiymətləndiricinin peşəkarlığından, mövcud metodika və standartlardan düzgün istifadə etmək bacarığından asılıdır. Ona görə də, sifarişçi qiymətləndiricini seçərkən onun peşəkarlığı, gördüyü işlərin kəmiyyəti və keyfiyyəti, hansı əmlak növünün qiymətləndirilməsi üzrə ixtisaslaşması barədə məlumat əldə etməlidir.

Əmlak bazarının formalaşması prosesinin güclənməsi, maliyyə-kredit, sığorta bazarında aparılan əməliyyatların həcmnin və keyfiyyətinin artması, yeni vergi münasibətlərinin qurulması qiymətləndirici peşəsinə tələbatı artırır. Bununla əlaqədar olaraq, Azərbaycan Respublikası Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyinin kollegiyası “Azərbaycan Respublikasında qiymətləndirici fəaliyyətinə aid olan qulluqçu vəzifələrinin Vahid Tarif İxtisas Sorğu Kitabça”sının (hissə 80) təsdiq olunması haqqında qərar qəbul etmişdir. Bu sənəddə qiymətləndiricinin əmək funksiyaları və bu peşə ilə məşğul olmaq istəyənlərə qarşı irəli sürülən nəzəri-praktiki və etik-mənəvi tələblər, ödəniş dərəcələrinə ixtisas tələbləri müəyyənləşdirilmişdir. Səciyyəvi haldır ki, qiymətləndirmə fəaliyyəti ilə məşğul olmaq

istəyən şəxslərdən yüksək nəzəri hazırlıq, bu sahənin qanunvericilik bazasını mükəmməl bilməklə yanaşı qiymətləndirmə standartlarına, yüksək mənəvi-əxlaqi prinsiplərə (peşə etikasına) ciddi riayət etmək tələb olunur.

Sifarişçi (müşəri) sifarişçi üzrə qiymətləndirmə işi aparılan fiziki və ya hüquqi şəxs, dövlət və ya bələdiyyə təşkilatıdır. O, qiymətləndirmə fəaliyyətinin nəticələrinin istehlakçısıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, əmlaka mülkiyyət hüququ olan istənilən şəxs (mülkiyyətçi) sifarişçi ola bilər. Mülkiyyətinin ona məxsus əmlakının (məqsədindən asılı olmayaraq) qiymətləndirilməsi mübahisə doğurmasa da, bəzi hallarda digər şəxslərin də əmlakını qiymətləndirmək üçün sifarişçi olmaq imkanı mümkündür. Təcrübədə mülkiyyətçi olmayan, lakin əmlak mənafeələri olan şəxslərin də müəyyən məqsədlər üçün qiymətləndirmə fəaliyyəti üzrə sifarişçi olmaq hüququ qəbul edilir. Məsələn, bələdiyyələr vergitutma bazasını müəyyənləşdirmək üçün fiziki şəxslərin mülkiyyətində olan əmlakın qiymətləndirilməsini sifariş edə bilərlər. Bələdiyyələrə bu səlahiyyətlərin verilməsi vergitutma bazasının düzgün müəyyənləşdirilməsi, vergidən yayınma və vergini az ödəmə hallarının qarşısının alınması kimi məqsədlərə xidmət edir. Bu qiymətin digər əməliyyatlarda məcburi qüvvəsi yoxdur, ondan yalnız mülkiyyətinin və digər maraqlı şəxslərin razılığı ilə istifadə oluna bilər.

Qiymətləndirici müqavilə bağlayarkən sifarişçinin buna səlahiyyətli olmasını müəyyən etməlidir. Əgər müraciət edən şəxsin (sifarişçinin) bu səlahiyyəti yoxdursa, qiymətləndirici qiymətləndirmədən imtina etməlidir.

Qiymətləndirmə peşəsi ilk dəfə XIX əsrin ortalarında Böyük Britaniyada “yerölçən” (surveyer) peşəsinin əsasında yaranmışdır. 1861-ci ildə Böyük Britaniya kralı yerölçənlərə fəaliyyətləri ilə bağlı məsələləri tənzimləmək hüququ vermiş və zaman keçdikcə yeni bir qurum – RICS (The Royal Institution of Chartered Surveyors) yaradılmışdır. Hazırda bu təşkilat dünyanın 100 ölkəsində fəaliyyət göstərərək, daşınmaz əmlakla bağlı 70 mindən çox mütəxəssisləri (memarları, mühəndisləri, daşınmaz əmlakla əməliyyatlar üzrə agentləri, qiymətləndiriciləri və s.) öz sıralarında birləşdirir. Yeni yaradılmış həmin quruma (RICS) üzvü olmaq istəyən şəxslər bu təşkilatda akkreditə olunmuş universiteti daşınmaz əmlakla bağlı ixtisas üzrə bitirməli, RICS üzvü olan mütəxəssisin rəhbərliyi altında ən azı iki il ərzində təcrübə keçməli idilər.

12.3. Qiymətləndirmədə istifadə olunan ilkin baza göstəriciləri

Qiymətləndirmə fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini əsasən, qiymətləndirilən obyektin növü (çəşidi), təyinatı və qiymətləndirmənin məqsədi daha əhatəli şəkildə səciyyələndirir. Bu da qiymətləndiricidən yüksək peşəkarlıq, öz işinə daha böyük məsuliyyət və xüsusilə də diqqətlə yanaşmağı tələb edir.

İqtisad elmi çoxsahəli olduğu kimi, həm də, bu və ya digər tədqiqatların aparılmasında böyük sistemin tərkib hissəsi sayılan müvafiq göstəricilərdən və meyarlardan istifadə edilir. Adətən, bu və ya digər tədqiqatda bir neçə göstəricilərdən istifadə edilsə də, yekun nəticəyə gəlinməsi əlaməti olaraq vahid bir meyar istinad edilir. Əmlakın dəyərinin müəyyən edilməsi prosesində də bir sıra göstəricilərə müraciət olunması zəruri olmaqla yanaşı sivil və

həm də, sabit satış mühitində formalaşan bazar dəyərinə (meyar kimi) istinad edilir. Bazar qüsuru, müdaxilələr, xüsusilə inhisarçılıq əlamətləri qiymətləndicinin nəzərindən yayınmamalıdır.

Dünya təcrübəsində qiymətləndirmənin elmi cəhətdən əsaslandırılmış şəkildə aparılması üçün iki mühüm baza göstəricisindən istifadə edilir. Qiymətləndirmə fəaliyyəti üzrə mövcud olan ədəbiyyatlarda bunlardan birinə analitik tərkibli göstəricilər, ikincisinə isə hesablama tərkibli göstəricilər deyilir.

Həm nəzəri ədəbiyyatda və həm də, təcrübədə analitik tərkibli göstəricilər kimi əsasən, aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

- mövcud əmlak bazarının keçmiş və gələcək vəziyyətinin öyrənilməsi və onun təhlili;
- sifarişçinin (mülkiyyətçinin) təqdim etdiyi sənədlərin nəzərdən keçirilməsi və düzgünlüyünün mövcud qanunvericiliyə uyğun olaraq müəyyən edilməsi;
- qiymətləndirilən obyektin qiymətinə təsir göstərən amillər ətrafında mülahizələrin təhlili;
- prosesə başlayarkən mümkün və məqsədəuyğun olan qiymətləndirmə yanaşmaları və metodları, habelə məlumat mənbələrinin seçilməsi və s.

Qeyd etmək lazımdır ki, analitik tərkibli göstəricilərin dəqiq nəzərə alınması son nəticədə düzgün və real qiymətləndirmənin aparılmasına mühüm əsas verir. Elə bunun nəticəsidir ki, peşəkar qiymətləndirici tərəfindən aparılan bazar dəyəri üzrə qiymətləndirmənin nəticələri bəzi hallarda mövcud əmlak bazarındakı qiymətlərdən fərqlənsə də, reallıqları bazardakı qiymətlərə nisbətən daha dəqiq əks etdirir. Bunun əsas səbəbi isə, əmlak bazarı iştirakçılarının (mülkiyyətçilərin və digər şəxslərin) qiymətləndirmənin nəticələrində daha çox maraqlı olmasında, bazar barədə az məlumatlı olmalarında, əmlak vasitəçilərinin (agentlərin və rieltorların) isə işə qeyri-ciddi yanaşmasında axtarılmalıdır.

Hesablama tərkibli göstəricilərdən istifadə edilməsi isə prosesin icra olunması baxımından ikinci mərhələ kimi qəbul olunmalıdır. Bu mərhələ çox ciddi dəqiqlik tələb edir. Müxtəlif üsullarla əldə edilən məlumatların riyazi düsturlar vasitəsi ilə bir neçə variantda hesablanması lazım gəlir. Bəzən bu proses qiymətləndirmənin nəticələrinin qiymətləndirici ekspertə təmin etməsi anına qədər davam etdirilir. Əlbəttə, eyni obyektə müxtəlif qiymətləndiricilərin müəyyən etdikləri qiymətlərin biri-birindən fərqlənməsi halları da inkar edilə bilməz. Çünki əmlakın qiymətinə təsir göstərən bir sıra amillər vardır və həmin amillərin nəzərə alınıb-alınmaması və ya hansı səviyyədə tətbiq edilməsi çox zaman qiymətləndiricinin şəxsi mülahizəsindən asılı olur. Əlbəttə, peşəkarlıq hər zaman və hər an özünü daha aydın tərənnüm etdirir. Elə ona görə də, dünya təcrübəsi və beynəlxalq qiymətləndirmə standartları baxımından qiymətləndirmə fəaliyyəti obyektiv və subyektiv əsaslara malik olur. Obyektiv əsas – daşınmaz əmlakın qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan yanaşmalar, qiymətləndirmədə konkret tətbiq olunan metodlar, habelə qiymətləndirmə prosesində onlardan hər hansı birinin daha düzgün seçilməsinin əsaslandırılmasıdır. Subyektiv əsas – hər bir qiymətləndiricinin səriştəsi, yerli şəraitlə izah olunan yaradıcı münasibətləri və qiymətləndirmə fəaliyyəti prosesində qazandığı mütərəqqi təcrübədir. Bəzən əmlakın qiymətləndirilməsinə dair hesabatı təhlil edərkən qiymətləndiricinin arzuladığı qiyməti əldə etmək, yaxud istifadə etdiyi metodları əsaslandırmaq istəyi və cəhdləri barədə nəticə çıxartmaq mümkün olmur. Bu baxımdan, qiymətləndirmə fəaliyyətinin həm nəzəri və həm də praktiki cəhətdən, həm də anlaşıqlı

şəkildə mənimsənilməsinə daim böyük ehtiyac duyulur. Çünki bu gün qiymətləndirilən hər hansı obyektin dəyəri xeyli müddətdən sonra (6 ay ərzində) müqayisə yanaşması vasitəsilə digər obyektin qiymətləndirilməsi üçün əsas götürülə bilər.

Əmlakın qiymətinə vaxt amili də təsir göstərir. Çünki zamanın bazara təsiri vaxt amili çərçivəsində aşkara çıxır. Beləliklə, qiymətləndirmə zamanı əmlak konkret vaxta görə qiymətləndirilir. Uzun illərin qiymətləndirmə təcrübəsi göstərir ki, obyektin vəziyyətindən, onun əhatəsindən, elmi-texniki tərəqqidən, rəqabətin səviyyəsindən, yeni texnologiyaların və investisiyaların cəlb edilməsindən, sosial-iqtisadi və ictimai-siyasi vəziyyətdən asılı olaraq, hətta qısa müddət ərzində də obyektin dəyəri dəyişə bilər. Məsələn, hazırda Abşeron yarımadasında, xüsusilə Bakı şəhəri və onun ətrafında torpağın, digər daşınmaz əmlak növlərinin qiyməti nəinki ilbəil, hətta aybaay və bəlkə də, günbəgün dəyişir. 1995-ci ilə görə müqayisə göstərir ki, bu bölgədə torpaq vahidinin qiyməti 2007-ci ildə 50-80 dəfəyədək yüksəlmişdir.

İstehlak üçün yaradılan və əldə edilən bütün məhsullar (mallar, işlər, xidmətlər) hər hansı əmlak növünün meydana gəlməsinin əsasını qoyur. Yəni, istər ərzaq və istərsə də, qeyri-ərzaq məhsullarının, eləcə də, tikinti materiallarının qiymətləri ilə əmlak qrupunun qiymətləri arasında sərhədsizliyin reallıqları amili inkaredilməz bir prosesdir. Bu da qiymət və qiymətləndirmə amillərinin əlaqəsinə gətirib çıxarır. Bu əlaqələr iqtisadi tərəqqi və yeniləşmələr şəraitində daha da təkmilləşir. Lakin qiymətin əmələgəlməsi və qiymətləndirmə elminin özünəməxsus olan hüquqi, iqtisadi, sosial və siyasi qanunauyğunluqları vardır.

Qiymət və qiymətləndirmə məfhumları özünəməxsus mənaya malik olmaqla, hər ikisi bu və ya digər məhsulun, eləcə də müxtəlif əmlak növlərinin dəyərinin üzə çıxarılması prosesində iştirak edirlər. Burada qiymət yekun nəticə, qiymətləndirmə isə proses rolunu oynayır. Bu prosesdə qiymət amili müxtəlif əşyaların dəyəri formasında özünü büruzə edir.

Beynəlxalq təcrübədə sübuta yetirilmişdir ki, qiymətlərin tənzimlənməsi məhdud zaman və məkan çərçivəsinə yerləşdirilə bilməz. Əks təqdirdə, qiymətlərin “hərəkəti”ndə dalğavari mənzərə yarana bilər ki, bu da ölkənin iqtisadi inkişafına və əhəlinin güzəranına mənfi təsir göstərə bilər. Bu fakt bir daha sübut edir ki, qiymət siyasəti, yəni dövlətin qiymət və qiymətəmələgəlmə prosesinə tənzimləyici təsiri bütün sahələrin marağı nəzərə alınmaqla həyata keçirilməlidir. Qiymət siyasəti həm də, ölkə iqtisadiyyatının inkişaf dərəcəsi ilə bağlıdır. Yəni, dövlət özünün inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq qiymətlərə tənzimləyici təsirini azalda və ya artırma bilər. Bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş dövlətlərdə qiymətlərin idarə edilməsi, tənzimlənməsi əsasən birbaşa deyil, istehsal, istehlak, maliyyə-kredit, bank əməliyyatları, vergi və gömrük siyasəti, daxili bazarın qorunması, cəmiyyətdə sosial rifahın yaxşılaşdırılması amilləri ilə qarşılıqlı və əlaqəli şəkildə həyata keçirilir. Beləliklə, qiymətləndirmə fəaliyyəti də əmlak bazarının tənzimlənməsinə, insanların sosial və iqtisadi həyatının ahəngdar inkişafına təsir göstərir.

12.4. Qiymətləndirmədə zəruri olan mühit və bazar amilləri

İstənilən sahibkarlıq fəaliyyəti növünün inkişafına mövcud şəraitin təsirinin öyrənilməsi mühüm nəzəri və praktiki əhəmiyyətə malikdir. Sahibkarlıq mühiti dedikdə, ətrafda olan və sahibkarın müştərilərlə faydalı əməkdaşlıq münasibətləri qurması imkanlarına təsir edən amillər nəzərdə tutulur. Sahibkarlıq mühiti makro və mikromühit amillərindən ibarətdir. Qiymətləndirmə fəaliyyəti yeni təşəkkül tapmaqda olan xidmət sahibkarlığı olaraq, mühit amillərinin təsiri ilə əmlak bazarında özünə mühüm yer tutmaqdadır. Bu mühit amillərini ümumi şəkildə aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- iqtisadi mühit;
- siyasi mühit;
- hüquqi mühit;
- sosial mühit;
- təşkilati mühit.

İstənilən sahibkarlıq fəaliyyətinin faydalılığı ilk növbədə iqtisadi mühitlə xarakterizə olunur. Məhsulun (işin, xidmətin) reallaşması, müvafiq əmlak və istənilən varidat növünün əldə edilməsi üçün ödəniş qabiliyyətli tələbin olması vacib şərtidir. Digər səbəblərlə yanaşı, burada sifarişçinin maliyyə vəziyyətinin zəif olması da rol oynayır.

Siyasi mühit bütövlükdə iqtisadi duruma və sahibkarlıq fəaliyyətinə mühüm təsir göstərir. Digər sahibkarlıq növləri kimi qiymətləndirmə fəaliyyəti də siyasi mühitə çox həssasdır. Ölkədə mövcud olan siyasi sabitlik bütün sahibkarlıq növlərinin inkişafına əlverişli şərait yaradır.

Digər sahibkarlıq növləri kimi qiymətləndirmə fəaliyyətinin hüquqi mühiti formalaşdırılmış, yəni onun tənzimlənməsi sahəsində mühüm işlər görülmüş və zəruri normativ aktlar qəbul edilmişdir. Həmin aktlarda bu fəaliyyətlə məşğul olan şəxslərin hüquq və vəzifələri, məsuliyyət həddi müəyyən olunmuşdur.

Sosial mühit - tərəflər (qiymətləndirici ilə sifarişçi) arasında qarşılıqlı münasibətləri, onlar arasında davranış qaydalarını müəyyən edir. Sübut olunmuşdur ki, sağlam, mədəni mühitdə fəaliyyət göstərən sahibkarlar daha yüksək uğurlar qazanırlar.

Təşkilati mühit - sahibkarların işgüzar əlaqələri və peşə maraqlarının qorunması, habelə onların fəaliyyətinin uzlaşdırılması üzrə aparılan tədbirləri əhatə edir.

İnkişaf etmiş daşınmaz və daşınar əmlak bazarında fəaliyyət göstərmək üçün artıq Azərbaycanda peşələrin bütöv spektri: rieltorlar, qiymətləndiricilər, sığortaçılar, agentlər və s. mövcuddur. Qiymətləndirmə prosesinin xüsusiyyətləri bazar xarakterli olduğuna görə, başqa peşələrdən fərqli olaraq, qiymətləndirici, bazarı dərinlən öyrənməlidir. Bu o deməkdir ki, qiymətləndirmə təkcə obyektin yaradılması, yaxud alınmasına çəkilən xərclərin müəyyənləşdirilməsi ilə məhdudlaşmır. Onun nəticələri, həm də mütləq qaydada bazar amilləri məcmusunu: vaxt amilini, risk amilini, daşınmaz əmlak bazarının vəziyyətini, bazar konyunkturasını, qiymətləndirilən obyektin iqtisadi xüsusiyyətlərini əks etdirməlidir. Həmin amillərin qısa şərhini nəzərdən keçirmək məqsəduyğundur.

Vaxt amili – bütün bazar proseslərinə, o cümlədən qiymətə, dəyərə, qərarların qəbuluna təsir göstərən ən vacib parametrlərdəndir. Məlum olduğu kimi, vaxtdan səmərəsiz istifadə

olunması dəyər və material itkisi deməkdir. Bunun qarşısının alınmasının yeganə yolu – kapitalı daha intensiv “işləməyə”, tam gücü ilə hərəkətə gəlməyə vadar etməkdir.

Obyektin bazar dəyəri müəyyən vaxt ərzində dəyişdiyinə görə konkret tarixə (konkret vaxt anına) hesablanmalıdır. Əmlakın sabahkı bazar dəyəri tamamilə başqa kəmiyyətlə ifadə oluna bilər. Bu proses tələb və təklif amilləri ilə törənir və onun dəyişməsi reallıqları isə qiymətləndirmə elminin “Gəlir” yanaşmasının köməyi ilə müəyyən olunur. Deməli, bazar iqtisadiyyatı şəraitində daşınmaz əmlak obyektlərinin qiymətləndirilməsi və yenidən qiymətləndirilməsi zəruridir.

Risk amili - iqtisadiyyatın inkişafı dinamikasını və istiqamətlərini təhlil etmədən daşınmaz əmlak bazarında fəaliyyət göstərmək qeyri-mümkündür. Risk dedikdə, bazar konyunkturası, habelə makroiqtisadi proseslər ilə bağlı qeyri-sabitlik və qeyri-müəyyənlik başa düşülür. Risk – bu və ya digər əmlak növündən əldə olunan gəlirlərin proqnozlaşdırılardan fərqlənmə ehtimalının ümumi nəticəsi kimi qəbul olunmalıdır. Qiymətləndirmə zamanı nəzərdən qaçırılmamalıdır ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində çoxlu sayda risklər mövcuddur. Heç bir vəsait qoyuluşu tamamilə risksiz hesab oluna və müəyyən istiqamətə yönəldilə bilməz. Lakin onun dərəcəsi və səviyyəsi müxtəlif ola bilər. Bəli, sahibkarı (investoru) da düşündürən hər vasitə ilə risklərin minimuma endirilməsidir.

Maddi nemətlərin istehsalı və bölgüsü sahəsində mövcud maraqlar qiymətləndirmənin formalaşması, onun münaqişə və mübahisələrin tezliklə və ədalətlə həllinin əsas vasitələrindən birinə çevrilməsi mümkünliyünü sübut etmişdir. Qiymətləndirmə ən sadə mübadilə və bölgü münasibətlərindən başlayaraq hər cür dünyəvi iqtisadi əlaqələrin qurulması prosesində mütləq əminlik yaradan və müxtəlif mənafehlərin balanslı inkişafını təmin edən iqtisadi kateqoriyaya çevrilmişdir. Bir sıra siyasi, iqtisadi və regional mübahisələrin həllində, şəxsi və dövlət maraqlarının düzgün təmin edilməsində mühüm ölçü meyarı olaraq hadisələrin, proseslərin, hər cür maddiyyətin dəyərləndirilməsi zərurəti meydana çıxır ki, bu zaman da mövcud dünya ənənələrinə istinad olunaraq qiymətləndirmənin imkanlarından istifadə edilir.

Qiymətləndirmə fəaliyyəti bazar iqtisadiyyatı şəraitində qaçılmaz bir prosesdir. Çünki əmlakın mövcud sənədlərdə təsbit olunmuş qiyməti (balans qiyməti) müəyyən müddətdən sonra dəyişməklə, onun real qiymətini əks etdirməyə də bilər. Yəni, bu bir həqiqətdir ki, obyektiv səbəblərdən asılı olaraq ilkin dəyər müvafiq zaman və məkan çərçivəsində bazarın müəyyən etdiyi cari qiymətlərdən kənarlaşır. Bu problemi həll etmək üçün peşəkar qiymətləndirmə fəaliyyətinə istinad edilir. Ölkədə peşəkar qiymətləndiricilərin ictimai birliyi olan Azərbaycan Qiymətləndiricilər Cəmiyyəti (AQC) sınaılmış dünya təcrübəsindən istifadə etməklə bu istiqamətdə əhəmiyyətli işlər görür. Azərbaycan Respublikasının müvafiq qanunlarına uyğun olaraq qiymətləndirmə standartlarının tətbiqinə, peşəkar qiymətləndiricilərin hazırlanmasına, onların hüquqlarının müdafiəsinə özünün yardımını göstərir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ayrı-ayrı əmlak növlərinin qiymətləndirilməsini bir tərəfdən qüvvədə olan qanunlar tələb edir, digər tərəfdən isə mülkiyyətçi (sahibkar) öz iqtisadi maraqlarını təmin etmək və fəaliyyətini genişləndirmək üçün əmlakını qiymətləndirir. Məsələn, vergiyə cəlb etmə, sığorta olunma, gömrük rüsumlarının müəyyən olunması üçün hüquqi və fiziki şəxslərin əmlakının qiymətləndirilməsində dövlət maraqlıdırsa, alqı-satqı, kredit götürmək üçün girov qoyma, dövlət əmlakının

özəlləşdirilməsi, müəssisələrin yenidən təşkili və s. proseslərdə qiymətləndirmənin aparılmasında həm dövlət, həm də əmlak sahibi maraqlı olur. Bu sahədə mühüm problemlərdən biri də, vahid qiymətləndirmə sisteminin tətbiq edilməməsidir. Məsələn, dövlət əmlakının özəlləşdirilməsində müəssisənin balansında olan əmlakın qalıq dəyərindən, vergitutmada inventar dəyərindən, əmlakın girov qoyulmasında, sığortasında, alqı-satqısında bazar (müqavilə) qiymətlərindən istifadə edilir. Bu dəyər göstəriciləri isə çox vaxt bazarda mövcud olan qiymətlərdən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

Qiymətləndirmə fəaliyyətinin öyrənilməsi baxımından amerikalı alim C. R. Kommonsun fikirləri olduqca əhəmiyyətlidir. O, təyinatı üzrə xərclənən bir sıra vəsaitlərin gəlirlilik imkanlarının mövcudluğunu elmi əsaslarla izah edir. Kommons deyir: “Gözləmə təminatı olmadan indiki zamanda dəyər, sövdələşmə və məşğulluq olmayacaqdır və ya bunların hamısı çox az miqdarda olacaqdır. Dəyər gələcək xalis dəyərin müasir qiymətləndirilməsidir”.

Müasir şəraitdə hər bir fərdin və ya kollektivin fəaliyyətində gələcək mümkün dəyərin müəyyən edilməsi üçün əlverişli imkanlar mövcuddur.

Elmin müxtəlif sahələrində aparılan araşdırmalar təsdiq edir ki, bizi əhatə edən resurslar və nemətlər məhduddur. Bu isə, həmin resurs və nemətlərdən səmərəli istifadənin zəruriliyini önə çəkir. Kommons bu məqsədlə hər bir varidatın dəyəri və gözlənilən faydası barədə fikirlərini söyləyərək göstərir ki, dəyərin müəyyən edilməsi nəinki fərdin, həm də cəmiyyətin qarşısında duran vəzifədir. O, mövcud nemətlərin yararlılığı və onların qiymətləndirilməsi anlayışına istənilən formada verilən kreditlərin və borcların da aid olduğunu diqqətə gətirir. Kommons, həmçinin dəyərin səviyyəsinə cəmiyyətin inamının, insanların etimad, nigarançılıq və qorxu psixologiyası ilə əhatə olunmuş davranışlarının da təsir etdiyini bildirir.

MÖVZU 13. Qiymətləndirmə fəaliyyətində xərc yanaşması.

PLAN

- 13.1. Xərc yanaşmasının mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri.
- 13.2. Xərc mövqeyindən qiymətləndirmənin aparılması alqoritmi
- 13.3. Bərpa yaxud əvəzolunma dəyərinin qiymətləndirilməsi metodları
- 13.4. Bina və qurğuların köhnəlməsinin hesablanması

13.1. Xərc yanaşmasının mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri.

Qiymətləndirmə yanaşmaları sırasında xərc (məsrəf) yanaşması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Onun əsasını əvəzetmə prinsipi təşkil edir. Həmin prinsipə əsasən investor daşınmaz əmlak obyektini boş torpaq sahəsində təyinatı və keyfiyyəti eyni olan analoji obyektin gecikdirmələrə yol verilmədən inşası üçün ödəyəcəyi məbləğdən artıq qiymətə almağa razı olmayacaqdır.

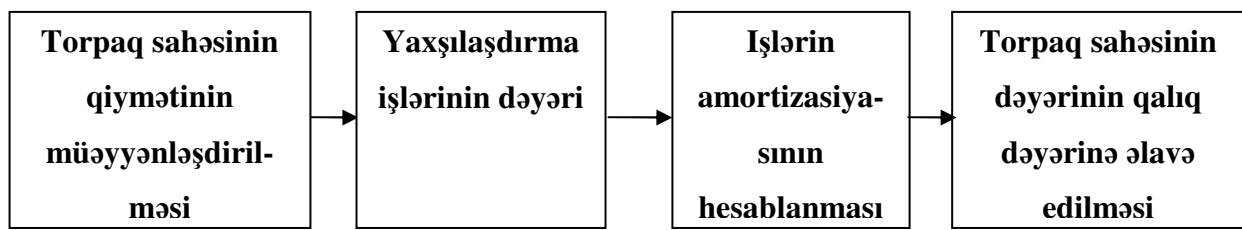
Xərc yanaşmanın əsas iki modifikasiyası var: resurs-texnoloji modellər əsasında və qiymətlər indeksinin dinamik silsiləsi əsasında (“trend yanaşması”) qiymətləndirmə. Bunlara yanaşmadaxili metodlar da deyilir.

Resurs-texnoloji modellər əsasında qiymətləndirmənin əsas problemləri modellərin qurulmasının mürəkkəbliyi, maşın, avadanlıq qruplarının və növlərinin çoxluğu, onların qiymətləri haqqında zəruri informasiyanın olmamasıdır.

Dövlət Statistika Komitəsinin müəyyənləşdirdiyi əmsallara istinad etməklə əsas fondların yenidən qiymətləndirilməsi “trend yanaşmasının” xüsusi hadisəsidir. Göstərilən yanaşmanın tətbiqi də məhz qiymətləndirmənin bu növü ilə məhdudlaşır. Onun başlıca qüsuru isə qiymətləndirmə zamanı kifayət qədər geniş maşın və avadanlıq qrupları üzrə daha iri orta qiymət indekslərindən istifadə olunmasıdır. Bu baxımdan, resurs-texnoloji və statistik modellərin birləşdirilməsi daha perspektivli hesab edilir.

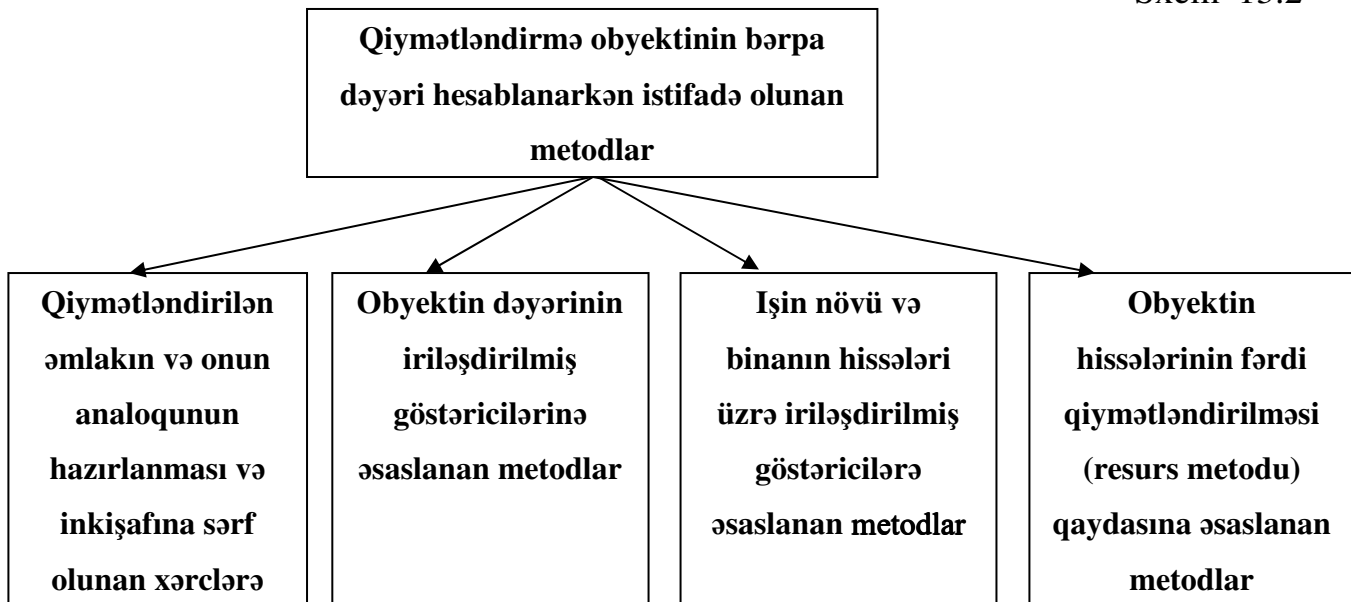
Mülkiyyətin onun yaranmasına (inşasına) çəkilən xərclərin cəmi kimi qiymətləndirilməsi üçün əvvəlcə yaxşılaşdırma işlərinin qiyməti müəyyənləşdirilir, sonra amortizasiya hesablanır və alınan nəticəyə torpaq sahəsinin qiyməti əlavə olunur. Bu proses əsasən aşağıdakı sxemdə əks olunan 4 mərhələdə aparılır. Xərc yanaşması ilə əmlakın dəyərinin hesablanmasının əsas alqoritmləri.

Sxem 13.1



Şübhəsiz ki, torpaq sahəsinin qiymətinin müəyyənləşdirilməsinə öncə başlamaq lazım gəlir. Daha sonra müvafiq dövr ərzində qiymətləndirmə obyektinin yaxşılaşdırma işlərinin yerinə yetirilməsi dəyərinin müəyyənləşdirilməsi tələb olunur. Çünki, fəaliyyətdə olan hər bir əmlakdan istifadə edildikdə, o bir tərəfdən köhnəlsə də, digər tərəfdən sahibkarın yaxşılaşdırma tədbirləri onun dəyərini artırır. Bu prosesdə yerinə yetirilən işlərin dəyərinin amortizasiyasının hesablanması və çıxılması da özünəməvafiq rol oynayır. Son nəticədə isə, işlərin qalıq dəyərinə torpaq sahəsinin dəyəri əlavə edilir.

Hər bir yanaşmanın özünəməxsus metod və üsulları mövcuddur. Bu eyni zamanda məsrəf yanaşmasına da aiddir. Ona görə də, qiymətləndirici məsrəf yanaşmasından istifadə edərkən, bu kimi metodlara müraciət edir. Eyni zamanda qiymətləndiricinin məqsədindən və qiymətləndirmə obyektinin hansı dəyərinin hesablanmasından asılı olaraq tətbiq edilən metodlar dəyişdirilə bilər.



Sxemdən göründüyü kimi, bu metodlardan birincisi qiymətləndirmə obyektinin və ya onun oxşarının hazırlanmasına və inkişafına sərf olunan real məsrəflərə istinad edərək qiymətləndirilməsidir. Digəri isə, tikintinin dəyərinin ümumiləşdirilərək iriləşdirilmiş göstəricilərə əsasən hesablanmasıdır. Üçüncü metod işin növü və ya binanın (tikintinin) hissələri üzrə iriləşdirilmiş element göstəricilərinə əsaslanaraq hesablamanın aparılmasıdır. Sonuncu metodlar isə obyektin hissələrinin fərdi qiymətləndirilməsi metodlarıdır ki, bu zaman bazis-indeks və ya resurs metodlarından istifadə olunur.

Qeyd edək ki, bu metodlardan hansının tətbiq edilməsinin xüsusi şərtlərinə də əməl olunmalıdır. Əgər qiymətləndirmə obyektinin və ya onun oxşarının ilkin dəyəri barədə məlumat (istismara verildiyi tarix) varsa, onun bərpa dəyərinin hesablanmasında birinci metoddan istifadə olunur. Bu zaman qiymətləndirmə obyektinin təkmilləşdirilməsi və yeniləşdirilməsi, habelə onun genişləndirilməsi məqsədilə kapital qoyuluşunun kəmiyyətinə dair məlumatlardan istifadə olunması da lazım gəlir. Qeyd edildiyi kimi, məsrəf yaşması bina və tikilinin tam bərpa dəyəri, tikinti-quraşdırma işlərinin cari qiymətləri, material və konstruksiyaların dəyəri, ticarət əlavələri və nəqliyyat tarifləri nəzərə alınmaqla tikililərin ilkin görkəminə (əvvəlki layihə üzrə) uyğun tam bərpası üçün lazımi vəsaitlərin dəyərini özündə əks etdirir. Daha doğrusu, bu metoddan istifadə edərkən qiymətləndirici tikintinin smeta dəyərində bütün xərc maddələri üzrə məsrəflərin, eləcə də əlavə kapital qoyuluşu məsrəflərinin nəzərə alındığına tam əmin olmalıdır.

Elə hallar olur ki, obyektin qiymətinin dəqiq müəyyənəşdirilməsi və hesablamanın aparılması üçün daha sərfəli olan metodun tətbiqi mümkün olmur. Daha aydın desək, informasiya qıtlığı buna imkan vermir. Ona görə də, obyektin tikintisinə çəkilən xərclər barədə kifayət qədər məlumatlar olmadıqda, yaxın vaxtlarda tikilmiş eyni obyektin satış məlumatlarından istifadə etmək tövsiyyə olunur. Bu zaman obyektlərin eyniliyi və oxşarlığı şərtlərinə (amillərinə) düzgün əməl edilməsi mühüm rol oynayır. Beləliklə, mövcud obyektlərin eyniliyi və oxşarlığı dedikdə, bir sıra amillərin nəzərə alınması məqsədəuyğun bilinir. Bunlardan birincisi obyektin istifadənin səmərəliliyi amilinin qiymətləndirmə obyekti üçün səciyyəviliyi və uyğunluğudur. İkinci mühüm amil tələb və təklif arasındakı

kənarlaşma həddidir (miqyası). Üçüncüsü isə tikinti altında olan torpaq sahəsinin dəyərinin kifayət qədər dəqiq müəyyən edilməsi mümkünlüyüdür. Çünki, bəzən obyektin yerləşdiyi torpaq sahəsinin dəyərinin dəqiq hesablanması işində müəyyən problemlər mövcud olur.

Qeyd edildiyi kimi, tikintiyə aid layihə-smeta sənədləri olmadığı təqdirdə, obyektin bərpa dəyəri ümumiləşdirilmiş indekslərlə hesablanır. Obyektin dəyəri məsrəf yanaşması ilə müəyyənləşdirilərkən aparılan hesablamalara artırılmış indekslər praktiki olaraq tətbiq edilmir. Ona görə ki, belə indekslər yalnız eynitipli sənaye obyektlərinə tətbiq edilə bilər. Əks təqdirdə, bu obyektlərin özünəməxsus xüsusiyyətlərinin təsiri altında ciddi kənarlaşmalar baş verir.

Bəzən bir neçə il əvvəl inşa edilmiş oxşar binalardan birində kiçik zirzəminin tikilməsi əlavə xərc tələb etmişdirsə də, ola bilsin ki, bu zirzəmi mövcud alıcı üçün arzuolunan deyil. Beləliklə, artırılmış indekslər, heç də həmişə obyektin real bərpa dəyərini düzgün əks etdirə bilmir. Ona görə də, bəzən obyektin dəyərini məsrəf yanaşması ilə müəyyənləşdirmək üçün 1984-cü ilin Qiymətlər Toplusundan istifadə olunur. Buna istinad edərək, qiymətləndirilən obyektin tikintisinə dair smeta sənədləri hazırlanır. Daha sonra alınan dəyəri ilkin səviyyəyə (1991-ci ilin qiymətləri) gətirərək, ilkin smeta dəyərini bazar metodlarına və iqtisadiyyatın yeni idarəetmə üsullarına keçidlə əlaqləndirilməsi işi aparılır. Eyni zamanda o, infilyasiyanın təsiri ilə əlaqədar materialların, tikinti - quraşdırma işlərinin başlanma dinamikasını əks etdirən uyğun əmsala vurulmaqla, qiymətləndirmə tarixinə obyektin məsrəf yanaşması ilə hesablanmış dəyəri müəyyən edilir.

Təcrübə göstərir ki, obyektin bərpa dəyərini Bərpa Artım İndeksleri Toplusu (BAİT) üzrə daha tez müəyyənləşdirmək olar. Tələb olunan şərtlər təmin edildikdə, qiymətləndirici üçün həmin topludan istifadə edilməsi daha önəmli olur. Bu topludan, qiymətləndirilən obyektin oxşarı və müqayisə vahidi seçilir (1 m^2 yaşayış sahəsi, 1 m^3 həcm, 1 dayanacaq və s.), onun əsasında hesablanan ilkin dəyər qiymətləndirmə tarixinin cari dəyərinə keçirilir. Beləliklə, daha sonra qiymətləndirici tərəfindən araşdırmalar aparılaraq, obyektin ümumi həcmində (%-lə) xüsusi çəkiyə malik, ayrı-ayrı konstruktiv tikinti elementləri (özül, divarlar, örtüklər, dam və s.) üzrə bina və tikililərin fiziki aşınması hesablanılır.

Peşəkar qiymətləndiricilər əmlakın bərpa dəyərinin hesablanması işi ilə məşğul olarkən “tərəzi”nin digər tərəfi kimi həmin obyektin smeta dəyərini də nəzərdən qaçırmırlar. Bu qayda ilə qiymətləndirici, qiymətləndirilən bina və tikililərin qiymətləndirmə anındakı bərpa dəyərini obyektin orta fiziki aşınma əmsalı nəzərə alınmaqla, onun smeta dəyəri kimi hesablamış olur. Başqa sözlə desək, bu qayda ilə bərpa dəyərinin müəyyən edilməsi aşınmanın nəzərə alınması kimi başa düşülə bilər. Şübhəsiz ki, bu da qiymətləndirmə obyektinin mövcud real dəyərinin əldə edilməsinə kömək edir. Məsrəf yanaşmasının ən mürəkkəb cəhəti məcmu köhnəlmələrin müəyyən edilməsindən ibarətdir. Bu məsələnin şərhli köhnəlmədən bəhs edən mövzularda tam izahını tapmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, məsrəf yanaşması üzrə aparılan qiymətləndirmə konkret obyekt dairəsində müştərinin gələcək arzuları ilə bağlı sualları cavablandırma bilmir. Doğrudur, bu yanaşma yalnız mövcud olan aktivlərə şamil edildiyinə görə, bir qədər mücərrədliyə malik olmaqla qəbul edilən sayılır. Lakin, qiymətləndirilən obyektin gələcəyinin (perspektivinin) nəzərə alınması, daha çox əmək tutumluluğu, habelə qiymətləndirilən obyektin gəlirliliyi barədə təsəvvürün yaranmaması baxımından digər yanaşmalara nisbətən qeyri-mükəmməl hesab olunur.

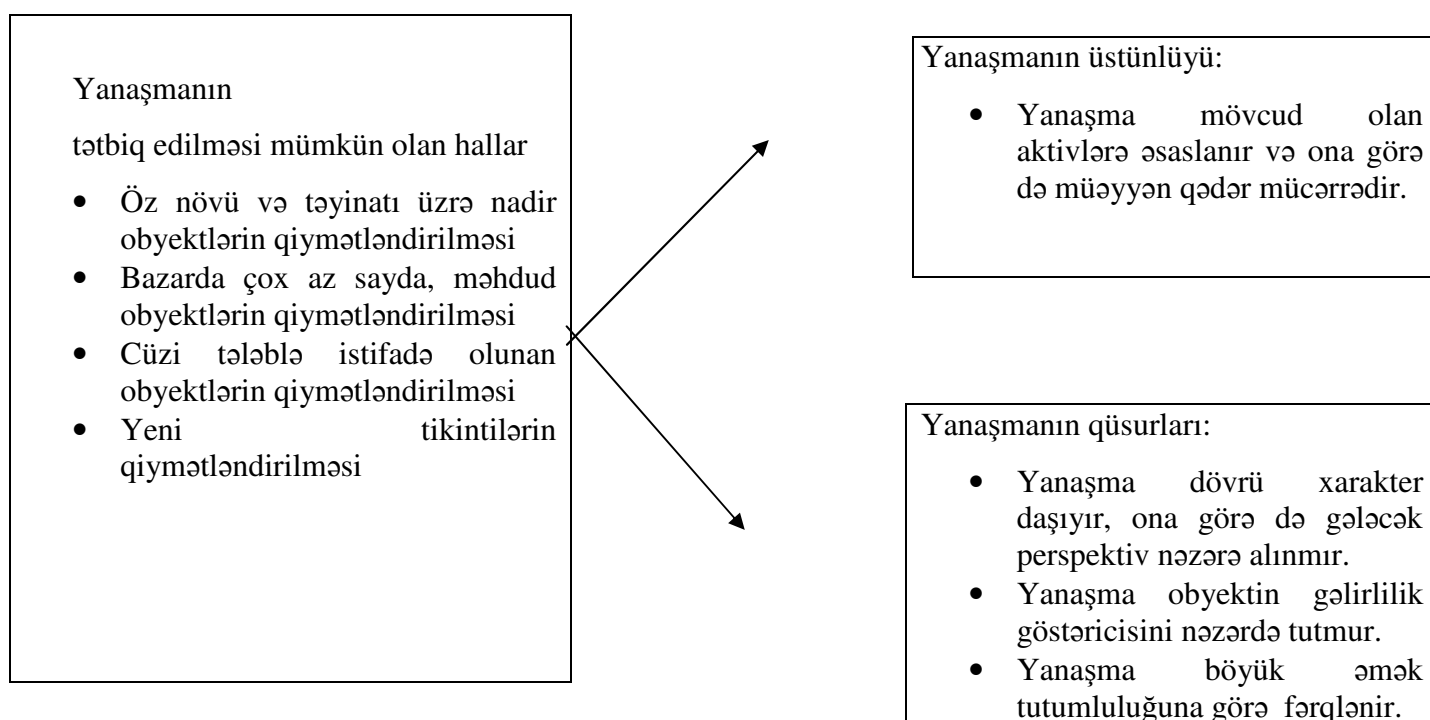
Qiymətləndirici işə başlayarkən sadalanan problemlərin həlli ətrafında hərtərəfli düşünülməlidir. Eyni zamanda bərabər satış bazarı məhdud olan, görünüşünə və təyinatına görə bənzəyişli, yeni istifadəyə verilən tikililər və habelə müştərilərin tələbi və ehtiyacı baxımından o qədər də üstün əhəmiyyət kəsb etməyən obyektlərin qiymətləndirilməsində bu yanaşma tətbiq edilir və onun əhatə çərçivəsində lazım olan metod və üsullardan istifadə edilir.

Hər bir metod üzrə aparılan hesablamalar zamanı onların nəticələri arasındakı ziddiyyətlər baxımından daha ehtiyatlı olmaq lazım gəlir. Təcrübə göstərir ki, qiymətləndirmə obyektinin tam bərpa dəyəri – tikinti-quraşdırma işlərinin, materialların, konstruksiyaların qiymətlərinin, ticarət əlavələrinin, nəqliyyat tariflərinin cari səviyyələri nəzərə alınmaqla, köhnə layihə üzrə ilkin vəziyyətə gətirmək üçün onların tam bərpasına lazım olan vəsaitlərin dəyəridir. Həm beynəlxalq və həm də milli standartlara istinad edərək, aparılan hesablamalar bunu bir daha təsdiq edir.

Təcrübədən aydın olur ki, bəzən tikinti-layihə sənədlərindəki texniki qüsurlar və hətta sənədlər olmadıqda, obyektin bərpa dəyəri iriləşdirilmiş göstəricilər əsasında hesablanmalı olur. Obyektə vizual baxış keçirdikdən sonra bina və qurğuların ayrı-ayrı konstruksiya inşaat elementlərinin (bünövrə, divarlar, örtüklər, dam və s.) obyektin ümumi həcmində xüsusi çəkisi (faizlə) və onların fiziki köhnəlməsi müəyyən olunur və orta fiziki köhnəlmə əmsalı hesablanır. Beləliklə, qiymətləndirilən bina və qurğuların bərpa dəyəri qiymətləndirilmənin keçirildiyi vaxt obyektin orta fiziki köhnəlmə əmsalı nəzərə alınmaqla, smeta dəyəri kimi müəyyən edilir. Başqa sözlə, bu metod obyektin köhnəlmə dəyəri çıxılmaqla, bərpa dəyərinin qiymətləndirilməsini əks etdirir ki, bunu da təbii hesab etmək olar.

Digər tərəfdən xərc mövqeyindən yanaşma bütün yekun köhnəlmənin kəmiyyətini çıxmaqla obyektin yeni bərpa dəyərinin hesablanmasıdır. Bu yanaşmanın üstünlüyünü artıran amillərdən biri də tikinti xərcləri üzrə məlumatların kifayət qədər dəqiq və dürüst olmasıdır. Yanaşmanın mənfi tərəfi isə, köhnəlmənin bütün formalarının dəqiq qiymətləndirilməsinin mürəkkəbliyidir.

Xərc yanaşmasının üstünlükləri və çatışmazlıqları

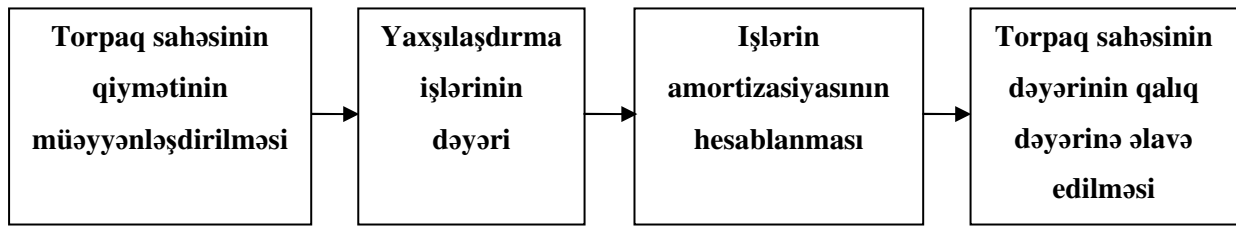


Qiymətləndiricini narahat edən problemləri dörd mühüm qrupa bölmək olar. Bunlardan birincisi, yaxşılaşdırma və ya bərpa ilə əlaqədar xərclərin bütün hallarda bazar dəyərinə ekvivalent olmamasıdır. Bu, tikinti materiallarının qiymət dəyişkənliyi amili ilə bağlıdır. İkincisi, isə köhnə tikililəri təkrar inşa etmək və köhnəmə dərəcəsini müəyyənləşdirməklə əlaqədardır. Bunun da əsas səbəbi köhnəni bərpa etməklə köhnəmə dərəcəsinin hesablanması prosesində baş verən fikir ayrılıqları ilə izah oluna bilər. Üçüncüsü, tikilinin torpaq sahəsindən ayrılması təcrübəsində təsadüf olunan qeyri-mümkünlük yaxud problemlərin həllinin çətinliyidir. Dördüncüsü torpağın qiymətləndirilməsi ilə bağlı qarşıya çıxan çətinliklərdir.

13.2. Xərc mövqeyindən qiymətləndirmənin aparılması

Mülkiyyətin onun yaranmasına (inşasına) çəkilən xərclərin cəmi kimi qiymətləndirilməsi üçün əvvəlcə yaxşılaşdırma işlərinin qiyməti müəyyənləşdirilir, sonra amortizasiya hesablanır və alınan nəticəyə torpaq sahəsinin qiyməti əlavə olunur. Bu proses əsasən aşağıdakı sxemdə əks olunan 4 mərhələdə aparılır. Xərc yanaşması ilə əmlakın dəyərinin hesablanması əsas alqoritmləri.

Sxem 13.1

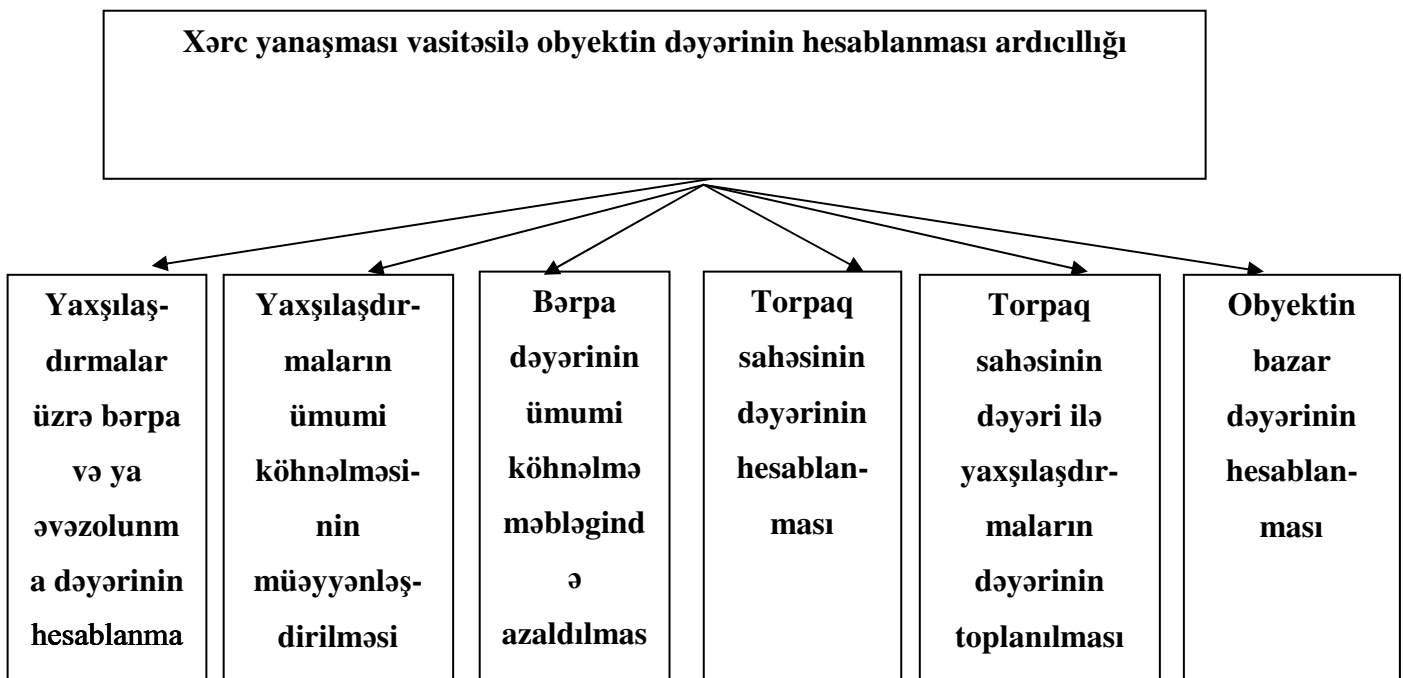


Şübhəsiz ki, torpaq sahəsinin qiymətinin müəyyənəşdirilməsinə öncə başlamaq lazım gəlir. Daha sonra müvafiq dövr ərzində qiymətləndirmə obyektinin yaxşılaşdırma işlərinin yerinə yetirilməsi dəyərinin müəyyənəşdirilməsi tələb olunur. Çünki, fəaliyyətdə olan hər bir əmlakdan istifadə edildikdə, o bir tərəfdən köhnəlsə də, digər tərəfdən sahibkarın yaxşılaşdırma tədbirləri onun dəyərini artırır. Bu prosesdə yerinə yetirilən işlərin dəyərinin amortizasiyasının hesablanması və çıxılması da özünəməvafiq rol oynayır. Son nəticədə isə, işlərin qalıq dəyərinə torpaq sahəsinin dəyəri əlavə edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, hətta mövcud olan yanaşmaların hər birinin tətbiqində hansı ardıcılıqlardan istifadə edilməsi məsələsi bir qədər mücərrəd idi. Hazırda bir sıra ölkələrdə bu yanaşmalardan hər birinin tətbiqində hansı ardıcılıqdan istifadə edilməsi qətiləşdirilərək standart səviyyəsində təsdiqlənmişdir. Əvvəldə qeyd edildiyi kimi, bütün hallarda qiymətləndiricinin səlahiyyətlərinə toxunmazlıq (qanunvericilik üzrə) məsuliyyətin pərakəndəliyinin qarşısını alır. Həm də, qiymətləndiricilərin istənilən dildə və beynəlxalq yönümdə ortaq məxrəcə gəlməsinə imkan verir.

Qeyd olunan fikirlərin davamı kimi bəhs olunan məsrəf yanaşmasına nümunə olaraq, yaxşılaşdırma işi aparılan obyektin dəyərinin müəyyən edilməsi ardıcılığını aşağıda verilən sxem vasitəsilə nəzərdən keçirək.

Sxem 13.2



Qeyd olunan ardıcılığın birinci mərhələsində bina və qurğuların yaxşılaşdırılmaları üzrə bərpa və ya əvəzlənmə dəyəri hesablanır.

İkinci mərhələdə həmin bina və qurğular üzrə yaxşılaşdırmaların ümumi köhnəlməsi müəyyənləşdirilir.

Ardıcıl olaraq üçüncü mərhələdə yaxşılaşdırmaların real dəyərinin hesablanması vəzifəsinin icrasına başlanılır. Ona görə də, bərpa dəyəri ümumi köhnəlmə məbləğində azaldılır.

Dördüncü mərhələdə isə, qiymətləndirmə obyektinin yerləşdiyi torpaq sahəsinin dəyəri (torpaq sahəsindən istifadə hüququnun dəyəri) hesablanır.

Beşinci mərhələ qiymətləndirmə obyektinin yerləşdiyi torpaq sahəsinin (torpaq sahəsindən istifadə hüququnun) dəyəri ilə köhnəlmə nəzərə alınmaqla yaxşılaşdırmaların dəyərinin toplanması yolu ilə obyektin real dəyərinin müəyyən edilməsi mərhələsidir.

Nəhayət, altıncı mərhələdə qiymətləndirmə obyektinin bazar dəyərinin hesablanması prosesini əhatə edir. Beləliklə, son nəticədə daşınmaz əmlakın bazar dəyəri müəyyən edilir. Bu da, torpaq sahəsinin dəyəri ilə bina və qurğuların dəyərinin (köhnəlmə çıxılmaqla) toplanması qaydasında reallaşdırılır.

Xərc yanaşması ilə qiymətləndirmə obyektin bərpa dəyərinin iki növündən biri, yəni bərpa və ya əvəz olunma dəyəri əsasında aparıla bilər. Dəyər bu növlərindən hər birinin özünəməxsus rolu vardır.

Xərc yanaşmasından istifadə edərkən, yaxşılaşdırmaların ilkin vəziyyətə gətirilməsi lazım gəlir. Bu məqsədlə də, sərf olunan cari xərclərin tərkibi və quruluşu müəyyənləşdirilməlidir.

Məqsədli qiymətləndirmələrin əksəriyyətində bərpa dəyərinin, yəni tam analoqun təkrarının qiymətləndirilməsinə üstünlük verilir. Nəzərə almaq lazımdır ki, məqsədli alıcıların qərarı qəti və həm də, bir qədər inamlı olur.

Bəzən isə əksinə, xüsusilə də nəzəri baxımdan əvəz olunma dəyərinə üstünlük verilir, çünki, kiminsə 5-10 yaşı olan binanın ona xas funksional çatışmamazlıqlarla bərabər tam təkrarını yaratmaq istəməsi ehtimalı çox aşağıdır. Elə onun nəticəsidir ki, son qərar qiymətləndirmə subyektlərinin (alıcı, satıcı, qiymətləndirici) fikirlərinə istinad etməklə, qəbul edilməli olur. Çünki, hansı dəyərin müəyyən edilməsindən asılı olmayaraq, nəticələr hesabatda əks olunmalıdır. Eyni zamanda seçimin səbəbləri və məqsəd yekunda tərtib olunan qiymətləndirmə hesabatında əsaslandırılmalıdır.

Məsrəf metodu ilə qiymətləndirmənin aparılması zamanı işin gedişində hansı dəyərdən (əvəz olunma, bərpa) istifadə edilməsindən asılı olmayaraq son nəticənin dəqiq müəyyənləşdirilməsi olduqca əhəmiyyətlidir. Yəni, qiymətləndirilən obyektin tikinti konstruksiyalarının və inşa üsullarının köhnəlməsi səbəbindən onun tam oxşarının inşasının dəyərini müəyyənləşdirmək mümkün olmayan hallarda əvəz olunma dəyərindən istifadə məqsədəuyğundur. Bu prinsip bütün subyektlər üçün önəmli sayılır.

Beləliklə, bina və tikililərin dəyəri onların inşasının başa çatdırılması şərti ilə qiymətləndirilməlidir. Alınan nəticə tikintinin gələcək xərclərinin fərz edilən smetasına ekvivalent olmaya da bilər. Bununla belə, eyni sahəsi olan analoji binanın (qurğunun) müasir texnologiyalardan və materiallardan istifadəsi nəzərə alınmaqla, hesablanmış əvəz olunma dəyəri mövcud bina və qurğuların bərpa dəyərindən aşağıdırsa, hesablamalar üçün əvəz olunma dəyərinin qəbul edilməsi məqsədəuyğundur.

Təcrübə göstərir ki, əgər müasir texnologiyaların tətbiqi sayəsində eyni həcmdə məhsul buraxılışını, yaxud xidmət göstərilməsini nisbətən kiçik ölçülü müasir binada təmin etmək mümkündürsə, hesablamalar üçün əvəzolunma dəyərini qəbul etmək olar.

Analoji məsələlərin həllində mülkiyyət və ona sahibkarlıq amili də rol oynayır. Bu, əsasən mövcud qanunvericiliyin tələblərindən irəli gəlir. Məsələn, dövlət tərəfindən qorunan tarixi və ya memarlıq dəyərli abidə kimi qeydiyyatdan keçmiş binaların əvəzolunma dəyəri tikilinin, yaxud onun bir hissəsinin saxlanması üzrə qanunvericiliyin tələblərinə uyğunlaşdırılmalıdır. Eyni zamanda bərpa yaxud əvəzolunma dəyərinə tikinti ilə bağlı bütün xərclər, o cümlədən sahənin işlənilib hazırlanmasına, mühəndis infrastrukturunun yaradılmasına və qanunvericilik aktlarının tələblərinə uyğun olaraq quraşdırılmalı olan ekoloji təyinatlı avadanlığa çəkilən xərclərin də, daxil edilməsi lazım gəlir. Qiymətləndirmənin hansı dəyərlə hesablanmasından asılı olmayaraq (bərpa yaxud əvəzolunma), tikinti ilə bağlı bütün xərclər hesablamalarda əks etdirilməlidir. Bəzən qanunvericilik aktlarına müvafiq olaraq lisenziyaların alınması, ekspertizaların (o cümlədən, ekoloji ekspertizanın) keçirilməsi ilə bağlı xərclər nəzərdən qaçırılır. Bu da nəticələrin dəqiqliyinə xələl gətirə bilər.

Bərpa yaxud əvəzolunma dəyəri müəyyənləşdirilərkən ixtisaslaşdırılmış normativ baza və qiymətləndirmə üzrə sorğu kitablarının məlumatlarından düşünülmüş qaydada istifadə edilməlidir. Qiymətləndirmə tarixində qiymətləndirilən obyektin tam oxşarının yaxud eyni faydalılığı olan əvəzedici obyektin inşası üçün zəruri olan xərclərin hesablanması da vacib şərtlərdən biridir. Bu zaman analoji əmlak bazarı şəraitinin mövcudluğu da mühüm rol oynayır. Çünki, bazar şəraitində analoji obyektlərin inşası üzrə bağlanmış tikinti müqavilələrinin dəyəri qiymətləndirmənin nəticələri üzrə təsdiqedicə amillərdən biri ola bilər.

Beynəlxalq təcrübədə qiymətləndirmə obyektinin dəyəri xərclər metodu ilə müəyyənləşdirilərkən əsasən aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$D = D_{\text{yaxşılaşdırma}} + D_{\text{torpaq}}$$

Burada:

- $D_{\text{yaxşılaşdırma}}$ - köhnəlmə nəzərə alınmaqla yaxşılaşdırmaların dəyəri;
- D_{torpaq} - torpaq sahəsinin yaxud torpaq sahəsindən istifadə hüququnun dəyəri.

Qiymətləndirmə obyektinin dəyərinin müəyyən edilməsində xərclərin (birbaşa və dolaylı), həm də sahibkarın mənfəətinin ayrı-ayrılıqda dəqiq hesablanması mühüm rol oynayır.

Birbaşa xərclərə (buna müstəqim xərclər də deyilir) bilavasitə tikinti ilə bağlı olan aşağıdakı xərclər aiddir:

- materialların, məmulatların və avadanlığın dəyəri;
- tikintidə çalışan fəhlələrin əmək haqqı;
- inşaat maşınlarının və mexanizmlərinin (amortizasiya ayırmaları formasında) dəyəri;
- müvəqqəti binaların və qurğuların dəyəri, təhlükəsizlik texnikası üzrə tədbirlərə çəkilən xərclər, nəqliyyat-anbar xərcləri və yerli bazarda qəbul edilmiş başqa normativ xərclər;
- podratçının mənfəəti və əlavə xərcləri.

Xüsusi olaraq qeyd edilməlidir ki, birbaşa xərclərin hesablanması konkret üsulunun seçilməsi nəticələrin dəqiqliyi üçün əsas şərt hesab olunur. Buna misal olaraq mövcud layihə-smeta sənədlərinin olması və onların məzmunca dolğunluğunu, habelə qiymətləndirilən obyektin konstruksiyası barədə əlavə məlumatların əldə edilməsinin fiziki mümkünlüyünü göstərmək olar. Eyni zamanda qiymətləndirmə üzrə tapşırığın xüsusiyyətlərinə, qiymətləndirmənin nəticələrinin razılaşdırılması zamanı xərclər metodu ilə alınmış nəticələrin əhəmiyyətlik dərəcəsinə də diqqət yetirilməlidir.

Layihə-smeta sənədlərinin tam həcmdə və yerinə yetirilmiş işlərin həcmi və konstruksiya məsələləri bu sənədlərə müvafiq olduqda, birbaşa xərclər bazis-indeks metodu ilə müəyyənləşdirilir. Belə hallarda tikinti məhsulunun qiymətinin əmələ gəlməsinin bazis sistemləri (1955, 1969, 1972, 1984 yaxud 1991 və 1995-ci illərin) əsasında hesablanmış tikintinin smeta qiymətlərinin bahalaşma indekslərinin köməyi ilə qiymətləndirmə tarixinin cari qiymətlərinə çevrilməsi mümkün olur. Bu zaman keçmiş tikinti materiallarının qiymətlərinin və mövcud qiymətləndirmə obyektinin dəyər göstəricilərinin üzvü əlaqələndirilməsi texnikasından istifadə edilir.

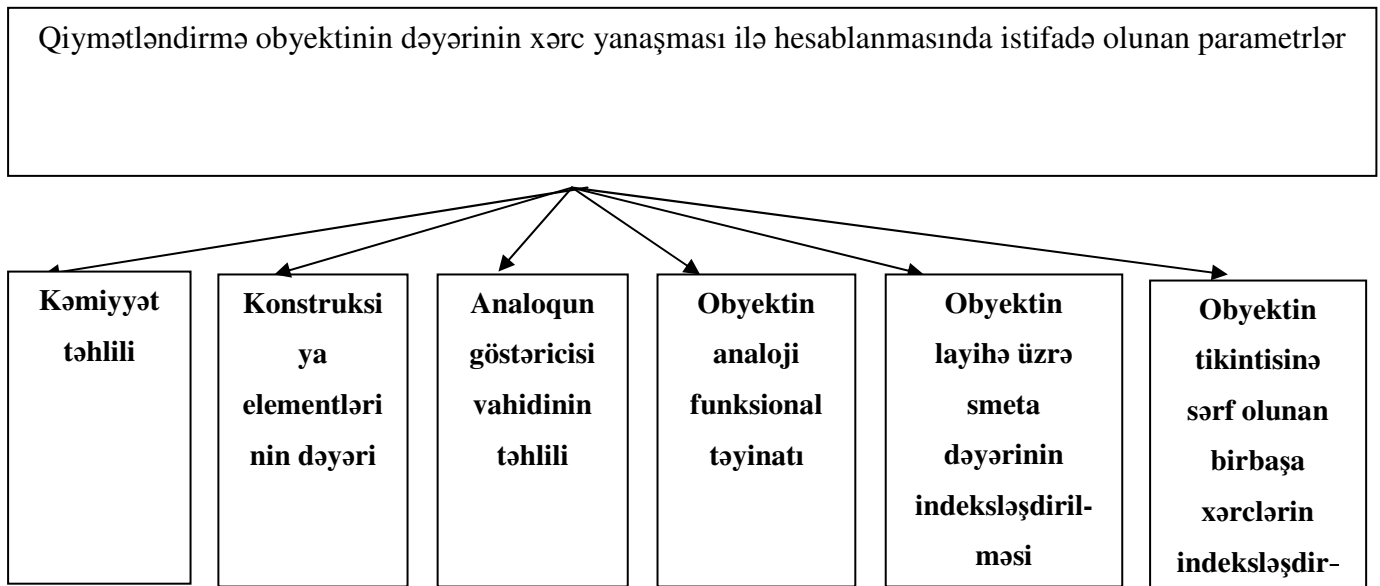
Əgər sənədlər natamamdırsa, onda birbaşa xərclərin müəyyənləşdirilməsi üçün ölçmə işləri aparılmalı, tikinti-quraşdırma işlərinin həcmələri hesablanmalıdır. Tikinti-quraşdırma işlərinin həcmənin hesablanması dəqiqlik səviyyəsi qiymətkoyma üzrə tətbiq olunan normativ bazadan asılıdır.

Dolayı xərclər (qeyri-müstəqim xərclər) binanın inşasına sərf edilən, lakin tikinti-quraşdırma işlərinin tərkibinə daxil olunmayan məsrəflər, daha doğrusu, layihələşdirmənin, texniki nəzarətin, geodeziya nəzarətinin dəyəri, həmçinin məsləhət, hüquq, mühasibat, audit xidmətlərinin ödənilməsi, reklama, marketinqə, obyektin satılmasına çəkilən xərclər, sifarişçinin inzibati və sair xərcləri aid edilir.

Dolayı xərclər də, bazarda mövcud olan və formalaşma istiqamətləri görünə bilən qiymətlər (tariflər) barədə məlumatlardan daha çox asılı olur.

Sahibkarın mənfəəti onu tikinti layihəsinə investisiya qoymağa sövq edən bazar normasıdır. Mənfəətin həcmi bazar məlumatları əsasında, ekspert qiymətləndirilməsi metodu ilə müəyyənləşdirilir.

Qiymətləndirmə obyektinin xərc mövqeyindən yanaşma metodları barədə danışmadan əvvəl müvafiq parametrləri nəzərdən keçirmək əhəmiyyətlidir.



Sxemdə əks olunan kəmiyyət təhlili əsasında qiymətləndirmə tikinti-quraşdırma işləri üzrə xərc smetasının tərtibini və podratçının mənfəətinin hesaba alınmasını nəzərdə tutur. Bu, obyektin qiymətləndirilməsində və təhlilin dəqiqliyi baxımından ilkin və həm də əsas addım sayılır. İkinci parametr olan konstruksiya elementlərinin dəyəri əsasında qiymətləndirmə inflyasiya şəraitində qiymətlərin yenidən hesablanması səbəbindən işlərin əməktutumlu olduğuna görə geniş miqyasda yəni, kütləvi qaydada deyil, yalnız zəruri hallarda tətbiq edilir.

Göründüyü kimi, üçüncü parametr tikinti analoqunun göstəricisi vahidinin dəyəri əsasında qiymətləndirmənin aparılmasıdır. Bu metodla qiymətləndirmə işinin konstruktiv həllinə, istifadə olunan materiallara və digər amillərə görə qiymətləndirilən obyektə analoji olan obyektin göstəricisi vahidinin (poqon/metr, m^2 , m^3) dəyərinə əsaslanır. Əldə edilən nəticələrin dəqiqliyi baxımından bu, ən geniş istifadə olunan üsullardandır.

Analoji funksional təyinatı olan obyektin dəyəri əsasında (əvəzolunma prinsipi) hesablamaların aparılması öz məzmununa görə tikinti analoqunun göstəricisi vahidinin dəyəri üsuluna bir qədər yaxındır. Onun tətbiqi səriştəli alıcının obyektə görə eyni faydalılığı olan başqa mülkiyyət obyektinin alınmasına çəkəcəyi xərcdən artıq pul ödəməyəcəyi barədə müddəaya əsaslanır. Funksional analoq kimi nəzərdən keçirilən obyekt, qiymətləndirilən obyektədən memarlıq-inşaat parametrlərinə görə fərqlənə bilsə də, faydalılığına görə (ticarət sahəsi, anbarların sahəsi, yerlərin sayı və faydalılığı əks etdirən başqa göstəricilər) onunla eyni olmalıdır. Analoji funksional təyinatı olan obyektin dəyərinə əsasən qiymətləndirilən obyektin ilkin vəziyyətə gətirilməsi, onun bərpası məqsəduyğun olmadıqda tətbiq edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, qiymətləndirmə prosesinin daha mürrəkkəbliyi hallarında ekspertlər bu parametreyə daha çox müraciət edirlər.

Bir sıra obyektiv və həm də subyektiv amillərlə bağlı olaraq bəzən layihə -smeta sənədlərindən istifadə olunur. Ona görə də, obyektin layihə üzrə smeta dəyərinin indeksləşdirilməsi qaydası tikinti layihəsinin bir hissəsi olan smeta mövcud olduqda tətbiq

olunur. Smeta, onun tərtib olunduğu tarixin qiymətlərindən asılı olaraq seçilən indeksləşdirmə əmsallarına uyğun olaraq hesablanır ki, bu da alınan nəticənin dəqiqliyinə əhəmiyyətli təsir göstərə bilər.

Obyektin tikintisinə çəkilən birbaşa xərclərin indeksləşdirilməsi üzrə aparılan hesablama qiymətləndirilən obyektə podrat tikinti işlərinin ödənilməsi haqda mühasibat cədvəlləri əsasında aparılır. Bu qaydadan əsasən təmir işlərinin qiymətləndirilməsi zamanı istifadə edilir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, göstərilən parametrlərə dəqiq əməl olunması qiymətləndirmə metodlarının da tətbiqinin səmərəliliyinə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Daha sonra bir sıra hədlərin cəmi kimi hesablanan tam bərpa dəyərinin müəyyən edilməsi zərurəti yaranır. Həmin hədlərdən birincisi, birbaşa xərclər (materialların, müvəqqəti tikililərin, qurğuların, mühəndis şəbəkələrinin, kommunal xidmət, tikintidə işləyən fəhlələrin əmək haqqı və s.), ikincisi memarların, layihəçilərin peşəkar xidmətləri haqqının ödənilməsi üçün dolaylı xərclər, müstəqim xərclər, tikinti üçün alınmış ssudalar üzrə faizlər və s, üçüncüsü isə sahibkarın gəliri investorun layihəni həyata keçirmək üçün riskləri və müqayisə olunan obyektlər üzrə gəlirliliyi nəzərə almaqla, çəkdiyi xərclərdən əlavə əldə etmək istədiyi məbləğdir. Sahibkarın mənfəəti tikintini aparanın (developerin) mənfəəti də adlandırılır. Beləliklə, tikintinin tam bərpa dəyəri aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

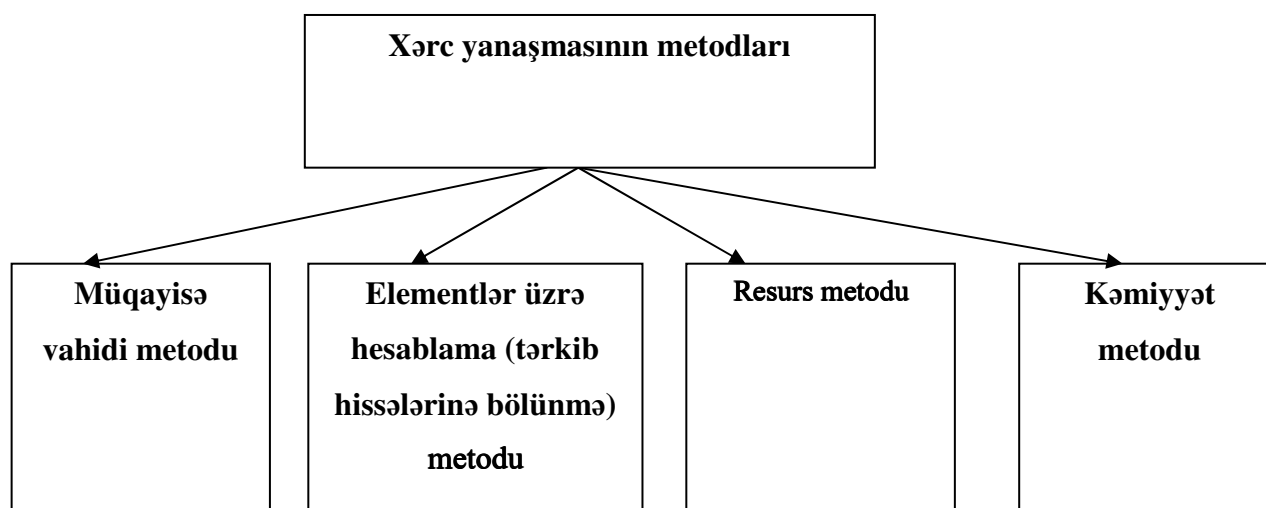
$$TD = D_t + R_s + D_s \quad (8.2.)$$

Burada: TD - tikintinin tam bərpa dəyərini, D_t - tikintinin dəyərini, R_s - sahibkarın gəlirini, D_s - torpağın dəyərini əks etdirir.

Yuxarıda göstərilən bütün müddəalardan ardıcıl olaraq istifadə etməklə, məsrəf yanaşması vasitəsilə obyektin bərpa və ya əvəzolunma dəyərinin hesablanması tətbiq olunması zəruri bilinən metodlardan istifadə edilməsinə əlverişli şərait yaranır.

13.3. Bərpa yaxud əvəzolunma dəyərinin qiymətləndirilməsi metodları

Xərc yanaşması vasitəsilə bərpa və əvəzolunma dəyərinin hesablanması istifadə olunan metodlar aşağıdakı sxemdə öz əksini tapmışdır.



“Qiymətləndirmə fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanununa və digər qanunvericilik aktlarına müvafiq olaraq qiymətləndirici öz öhdəliklərini bilməli və məsuliyyətini hiss etməlidir. Eyni zamanda o, qiymətləndirmənin məqsədindən, obyektin tipindən asılı olaraq, bu və ya digər metodun seçilməsində müstəqildir. Ona görə də, məsrəf yanaşmasına aid olan hər bir metodun tam təfəsilatı ilə nəzərdən keçirilməsi nəticəsində mövcud problemin vacib və prinsipial xüsusiyyətlərini mənimsəmək mümkün olar.

9.3.1. Müqayisə vahidi metodu

Qeyd edildiyi kimi, məsrəf yanaşması əsasında qiymətləndirmə prosesində müqayisə vahidi metodunun tətbiqi bir neçə mərhələdən keçir. Birinci mərhələnin tələblərinə uyğun olaraq analoji obyektlərin inşasına çəkilən xərclər əsasında tikinti işləri üzrə xərc normativləri (binanın $1m^2$ -i, $1m^3$ -i üzrə) hazırlanır. Bu məqsədlə nümunəvi bina qismində, yaxın dövrdə inşa olunmuş, podrat işlərinin kontrakt dəyəri məlum olan bina daha münasibdir. Əgər belə obyektin tapılması çətinlik törədirsə, onda binaların səciyyəvi tipləri üzrə tikinti məhsulunun istehlak vahidinin dəyərini bazis səviyyəsi göstəriciləri əks olunmuş bərpa dəyərinin iriləşdirilmiş göstəricilərindən (BDİG-dən) istifadə etməklə, hesablanması zərurəti yaranır.

İkinci mərhələdə isə, mövcud normativ üzrə xərclərin xüsusi çəkisi binanın ümumi sahəsinə, yaxud həcminə hasil olunur. Bu da, qiymətləndiricinin şəxsi seçimindən asılıdır. Növbəti, yəni üçüncü mərhələdə qiymətləndirilən binanın xüsusiyyətləri və baza analoqundan fərqlərinə görə düzəlişlər və təshihlər aparılır. Bu prosesin davamı olaraq əmsallara hasil edilərkən nəticələrin daha səliqliyinə kömək edər. Nəhayət, sonuncu və həlledici mərhələ olan, dördüncü mərhələdə inflyasiya prosesləri və bazar təsərrüfatçılığı metodlarına keçidlə bağlı olan amillərə müraciət olunur. Yəni, daha dəqiq desək, tikinti-quraşdırma işlərinin, əmək haqqının, dolayısı xərclərin dəyərinin dəyişməsinə əks etdirən əmsalların köməyi ilə cari dəyərə (qiymətləndirilmə tarixinin qiymətlərinə) çevrilməsi təmin edilməklə son nəticə alınır.

BDİG toplularında müxtəlif funksional təyinatlı binalar və qurğuların $1m^3$, yaxud başqa ölçü vahidinin bərpa dəyəri (tikintinin smeta dəyəri) barədə məlumatlar verilir.

Əmlakın qiymətləndirilməsində və ya yenidən qiymətləndirilməsində, eləcə də yenidən qiymətləndirmə əmsallarının müəyyən edilməsində iriləşdirilmiş göstəricilərin

böyük əhəmiyyəti vardır. Bunlara başlıca olaraq bütün ümumi və xüsusi inşaat işlərinin, o cümlədən sanitar-texniki qurğuların (mərkəzləşdirilmiş qızdırıcı, ventilyasiya, qaz təminatı, su kəməri, kanalizasiya, zibil toplayıcılar və s.), elektrik və aşağı cərəyanlı qurğuların (elektrik işıqlandırılması, telefon, lift və s.) bərpa dəyəri göstəriciləri aid edilir.

Bərpa dəyəri göstəricilərində tikinti-quraşdırma işlərinin dəyərini təşkil edən birbaşa xərclər, dolay xərclər və planlı yığımlar, habelə, qış vaxtı qiymət bahalaşmaları daha sonra müvəqqəti bina və qurğuların tikintisinə, işçilərə mükafatların verilməsinə, layihə-axtarış işlərinə və müəllif nəzarətinə, tikilən müəssisənin idarə heyətinin saxlanılmasına, nəzərdə tutulmayan işlərin görülməsinə çəkilən xərclərdən ibarət sair xərclər nəzərə alınır. Qeyd edək ki, təcrübədə iriləşdirilmiş göstəricilər cədvəllər şəklində tərtib olunur və onların tərkibinə qiymətləndirmə obyektinin bir sıra xassələri, yəni bina yaxud qurğunun adı, onun kapitallıq qrupu, əsas konstruksiyaların təsviri, mərtəbələrin sayı, rayonun iqlim şəraiti üzrə bir çox ərazi qurşağı üçün dəyər göstəriciləri, binaların ayrı-ayrı konstruktiv elementlərinin faizlə xüsusi çəkisi daxil edilir.

Qeyd olunanları sadə misallarla izah etmək daha yaxşı olar. Fərz edək ki, 4 mərtəbəli inzibati binanın bərpa dəyərini qiymətləndirmək lazım gəlir.

Binanın ekspertizası zamanı mühəndis təminatı göstəriciləri sırasında sanitar-elektrotexniki qurğuların mövcud olması müəyyənləşdirilmişdir ki, bunlara su kəməri, kanalizasiya, mərkəzləşdirilmiş isitmə, elektrik işıqlandırılması, telefon və cəirəni aid etmək olar.

Binanın əsas tikinti konstruksiyaları dedikdə, özüllər, xarici divarın qalınlığı, arakəsmələr, aşırımlar və örtüklər, qapılar, daxili tərtibat, xarici tərtibat, layihənin tipi və sairə nəzərdə tutulur.

BDİG sorğu sistemində analoqun düzgün seçilməsi üçün binanın bütün inşaat xüsusiyyətlərinin və konstruksiyalarının dəqiq müəyyənləşdirilməsi zəruridir.

Binanın həndəsi parametrləri onun Texniki Pasportundan, layihə sənədlərindən götürülə, yaxud ölçmə işlərinin yerinə yetirilməsi yolu ilə müəyyənləşdirilə bilər. Qiymətləndirici obyektin ekspertizasını apararkən, bütün hallarda obyektin sənədlərinə uyğunluğunu (yenidən planlaşdırılma işlərinin aparılması, əlavə elementlərin quraşdırılması, konstruksiyaların dəyişdirilməsi və s. mümkündür) yoxlamalıdır.

Bərpa dəyərinin iriləşdirilmiş göstəricilər əsasında hesablanması

Hesablamanın əsasını tikintinin 1m^3 baza dəyərini materialların və tikinti-quraşdırma işlərinin bahalaşması dinamikasını əks edən müvafiq əmsala vurmaqla, ardıcıl surətdə 1969-cu ilin qiymətləri səviyyəsindən (BDİG bazası) 1984-cü ilin qiymətlərinə, sonra 1991-ci ilin səviyyəsinə, daha sonra isə 2004-cü ilin səviyyəsinə çevrilməsi metodikası təşkil edir.

1984-cü ilin qiymətləri səviyyəsinə keçid 1969-cu ilin səviyyəsindəki qiymətlərin C_{1969} SSRİ Dövlət Tikinti Komitəsinin 11.05.1983-cü il tarixli, 94 sayılı qərarında göstərilən məlumatlara əsasən qəbul olunan $\bar{I}_{1969/1984}$ dəyərin dəyişməsi indeksinə hasil olunmaqla yerinə yetirilir. Qiymətləndirilən obyektin sahə mənsubiyyəti və ərazi əmsalı nəzərə alınmaqla indeksin kəmiyyəti $\bar{I}_{1969/1984} = 1,15$ olacaqdır.

1991-ci ilin qiymətləri səviyyəsinə keçid 1984-cü ilin qiymətləri səviyyəsinin SSRİ Dövlət Tikinti Komitəsinin Qərarında göstərilmiş $I_{1984/1991}$ dəyərin dəyişməsi indeksinə hasil olunmaqla yerinə yetirilir.

$$I_{1984/1991} = 1,67$$

Qiymətləndirmə tarixindəki qiymətlərin səviyyəsinə keçid 1991-ci ilin qiymətlərinin bina və qurğuların səciyyəvi konstruksiya sistemləri üzrə tikinti-quraşdırma işlərinin qiymətlər indeksinin $I_{1991/2004}$ qiymətləndirmə tarixindəki vəziyyətinə hasil olunmaqla yerinə yetirilir

Konstruktiv həll baxımından qiymətləndirilən binaya analoji olan (inzibati bina) obyektlər üçün Bakıda aparılan tikinti şəraitində ƏDV nəzərə alınmadan indeks $I_{1991/2004} = 42700$ olacaqdır. (bu əmsal AR NK-nin 110 sayılı Qərarına əsasən tətbiq edilmişdir). Qiymətləndirici nəzərdən keçirilən bölgədə podrat təşkilatlarının müqavilə qiymətləri əmsalının tədqiqi yolu ilə bu indeksin orta kəmiyyətini özü müəyyənləşdirə bilər. Qiymətlər hesablanarkən rubl/manat arasında 90-cı illərdə qəbul olunmuş 0,1 nisbəti nəzərə almaq lazımdır.

13.4. Bina və qurğuların köhnəlməsinin hesablanması

Əmlakın köhnəlməsi amilinin dəyərə təsirinin müəyyənləşdirilməsi qiymətləndirilmənin düzgün nəticələr verməsinin əsas şərtlərindəndir.

Köhnəlmə - əmlakın faydalığının azalması, potensial investor üçün cazibədarlığının itirilməsi, müxtəlif amillərin təsiri nəticəsində dəyərinin aşağı düşməsidir.

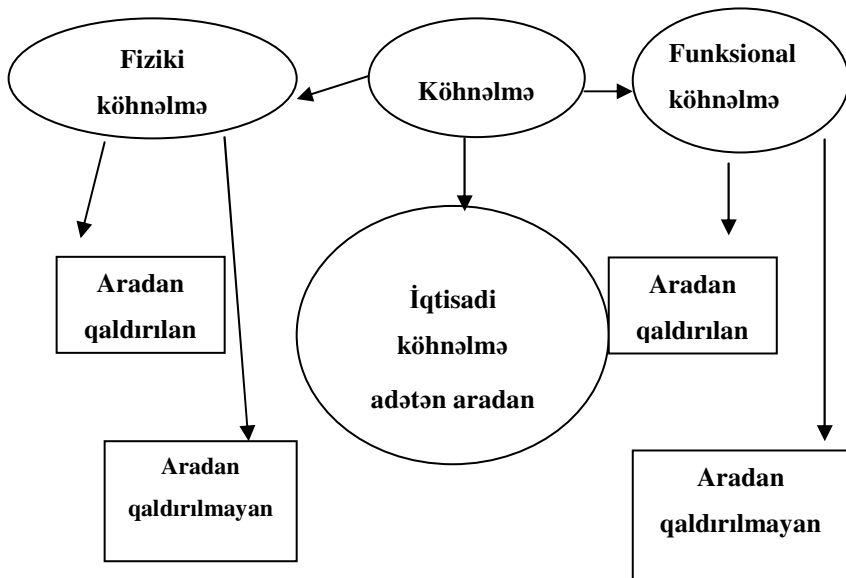
Nəzəri baxışdan tikililərin köhnəlməsi prosesi onların istismara verilməsi anından etibarən başlayır və obyektin ləğvi ilə bitir. Başqa sözlə, istismar prosesində bina və qurğularda köhnəlmənin toplanması baş verir.

Toplanmış köhnəlmə - fiziki dağılma, funksional və iqtisadi köhnəlmə yaxud bunların birgə təsiri nəticəsində tikililərin təkrar istehsal (bərpa) və ya əvəzlənmə dəyərinin azalmasıdır.

Toplanmış köhnəlmə daşınmaz əmlakın köhnəlməsinin bütün növlərini özündə birləşdirir və qiymətləndirilən obyektin bazar dəyəri ilə təkrar istehsalının (bərpa) yaxud əvəzlənmə dəyəri arasındakı fərq kimi ifadə olunur.

Dəyərin itirilməsi səbəblərindən asılı olaraq, köhnəlmənin aşağıdakı 3 tipi fərqləndirilir:

- fiziki köhnəlmə;
- funksional köhnəlmə;
- iqtisadi köhnəlmə.



Şəkil 6. Əmlakın köhnəlməsinin növləri

Fiziki köhnəlmə - inşaat konstruksiyalarının və materiallarının ilkin texniki-istismar xassələrinin müxtəlif amillərin (məsələn, təbii-iqlim şəraitinin, fiziki və kimyəvi təsirin, istismar qaydalarının pozulması və sair) təsiri nəticəsində tədricən itirilməsi və dağılmasıdır.

Əmlakın fiziki köhnəlməsinə təsir göstərən amillərə onun yaşı, inşa olunduğu tikinti materiallarının və yerinə yetirilən işlərin keyfiyyəti, layihələndirilmənin qüsurları, istismar şərtləri və şəraiti, profilaktik təmirlərin vaxtında aparılması aiddir.

Obyektin köhnəlmə dərəcəsi – onun dəyərinin yeni obyektin inşa olunmasının dəyəri ilə müqayisədə faizlə (yaxud vahidə) nisbətə ifadə olunan aşağı düşməsidir.

Obyektin **elementinin köhnəlmə dərəcəsi** – daşınmaz əmlakın tərkibinə daxil olan elementin dəyərinin yeni elementin dəyəri ilə müqayisədə faizlə (yaxud vahidlə) ifadə olunan nisbi aşağı düşməsidir.

Qiymətləndirmə təcrübəsində binaların fiziki köhnəlməsi aşağıdakı metodlarla hesablanır:

- normativ metodu (yaşayış binaları üçün);
- dəyər metodu;
- ömür müddəti metodu.

Normativ metod müxtəlif təlimatlardan və digər normativ sənədlərdən istifadə olunmasına əsaslanır. Bu metodla binanın fiziki köhnəlməsini aşağıdakı düsturla hesablamaq olar:

$$K_{\text{fiziki}} = \left[\sum_{i=1}^n K_i \times \Theta_i \right] : 100$$

Burada: K_{fiziki} - binanın fiziki köhnəlməsi (%);

K_i - i konstruksiya hissəsinin fiziki köhnəlməsi (%);

Θ_i - i konstruksiya hissəsinin təkrar istehsalının (bərpa) dəyərinin binanın ümumi təkrar istehsalının (bərpa) dəyərindəki xüsusi çəkisini əks edən əmsal;

n - binanın konstruksiya hissələrinin sayıdır.

Ayrı-ayrı konstruksiya hissələrinin təkrar istehsal (bərpa) dəyərinin binanın ümumi təkrar istehsalının (bərpa) dəyərindəki xüsusi çəkisi adətən yaşayış binalarının təkrar istehsalının (bərpa) dəyərinin iriləşdirilmiş göstəriciləri əsasında, bu göstəricilər olmadıqda isə smeta dəyəri əsasında müəyyənləşdirilir.

Fiziki köhnəlmənin normativ metodu əsasında hesablanmasına nümunə 2-ci cədvəldə göstərilmişdir.

Fiziki köhnəlmənin müəyyənləşdirilməsinin **dəyər metodu** binanın, onun konstruksiya hissələrinin zədələrini aradan qaldırılması üçün zəruri olan təmir işlərinin dəyərinin onların təkrar istehsal (bərpa) dəyərinə nisbəti kimi hesablanmasıdır. Bu metod binanın və onun konstruksiya hissələrinin fiziki köhnəlməsini dəyər ifadəsində hesablamağa imkan verir.

Fiziki köhnəlmənin **ömür müddəti metodu** ilə müəyyənləşdirilməsi binanın səmərəli yaş dövrü və iqtisadi ömür müddəti göstəriciləri arasındakı nisbətin hesablanmasına əsaslanır.

Bu metodun mahiyyətini izah etmək üçün bəzi anlayışların açıqlamasını nəzərdən keçirək.

Fiziki ömür müddəti - binanın əsas konstruksiya hissələrinin vəziyyətinin müəyyən meyarlara (etibarlıq, fiziki uzunömürlük və sair) cavab verdiyi dövrdə istismar müddətidir. Binanın fiziki ömrü onun inşası zamanı müəyyənləşdirilir və binanın sökülməsi ilə başa çatır.

İqtisadi ömür - obyektin istismarından gəlir əldə olunduğu dövrdür. Bu dövrdə obyektin təmirinə, yenidən qurulmasına, modernləşdirilməsinə qoyulan vəsaitlər onun dəyərini artırır. Obyektin iqtisadi ömür müddəti onun fiziki ömür müddətindən qısadır.

İqtisadi ömür müddətinə təsir göstərən əsas amillər aşağıdakılardır:

- fiziki amillər: binanın fiziki tərkib hissələrinin köhnəlmə templəri, obyektin təyinatı, yerləşdiyi ərazinin iqlim şəraiti;

- funksional amillər: inşaat texnologiyalarının təkmilləşdirilməsi templəri, memarlıqda baş verən meyllər, tikinti layihələrinin səmərəliliyi;

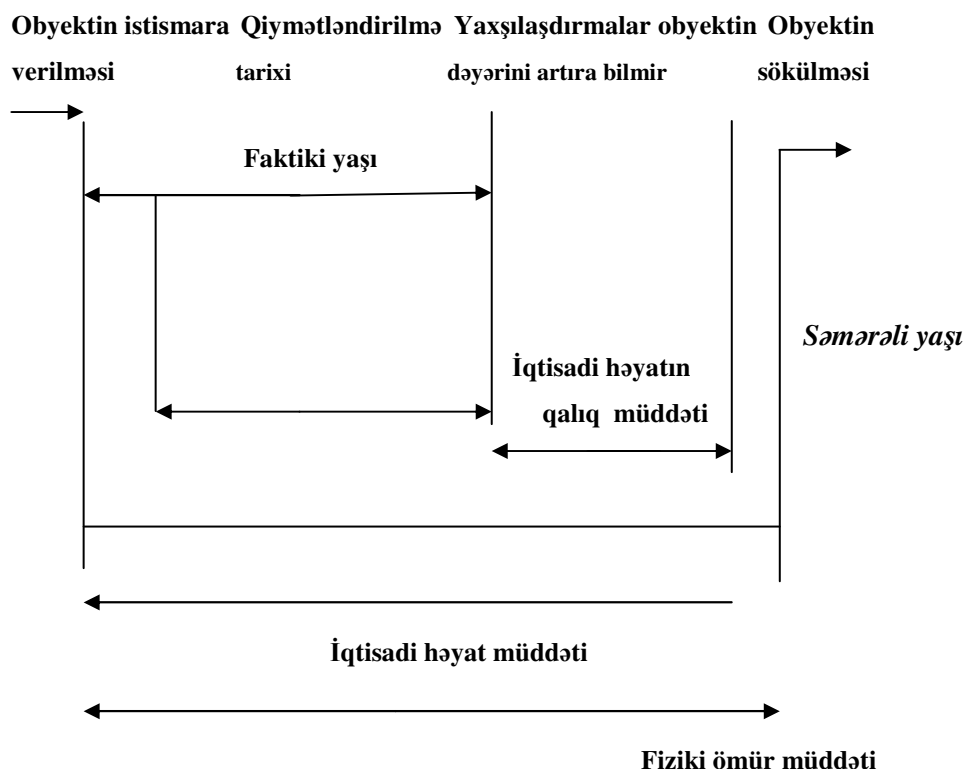
- xarici və ya iqtisadi amillər: tələb və təklifin qısamüddətli və uzunmüddətli dinamikası, regionun və ya konkret ərazinin inkişaf dərəcəsi, maliyyələşdirilmə şərtləri.

Həqiqi (xronoloji) yaş - binanın inşasının tamamlandığı vaxtdan keçən müddətdir.

Səmərəli yaş - binanın texniki vəziyyəti və qiymətləndirilən obyektin dəyərinə təsir göstərən iqtisadi amillər nəzərə alınmaqla, onun həqiqi yaşı əsasında hesablanır. İstismar şəraitindən asılı olaraq, binanın səmərəli yaşı həqiqi yaşından az, çox yaxud bərabər ola bilər. Məsələn təmir işləri nəticəsində həqiqi yaşı 30 il olan binanın səmərəli yaşı 10 il ola bilər (yəni bina zahirən 10 yaşlı təsiri bağışlayır). Əksinə, istismar qaydaları pozulduqda səmərəli yaş həqiqi yaşdan çox ola bilər. Normal qaydada istismar olunmuş binanın səmərəli və həqiqi yaşları isə adətən eynidir.

İqtisadi ömürün qalığı - binanın qiymətləndirildiyi vaxt ilə onun iqtisadi ömrünün başa çatması vaxtı arasındakı müddətdir.

Daşınmaz əmlak obyektinin ömrünü sxematik şəkildə aşağıdakı kimi təsvir etmək olar (*şəkil 7*):



Şəkil 7. Daşınmaz əmlak obyektinin ömür müddəti

Bu anlayışları nəzərdən keçirdikdən sonra binanın fiziki köhnəlməsini ömür müddəti metodu ilə hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə etmək olar:

$$K_{\text{fiziki}} = (SY : FÖ) \times 100 = [SY : (SY + FÖQ)] \times 100$$

Burada:

K_{fiziki} - fiziki köhnəlmə (%);

SY - binanın yaxud onun hissələrinin texniki vəziyyəti əsasında müəyyənləşdirilən səmərəli yaşı;

FÖ - binanın tipik fiziki ömrü;

FÖQ - fiziki ömrün qalıq müddətidir.

Fiziki köhnəlmənin aradan qaldırılan və aradan qaldırılmayan növləri vardır.

Aradan qaldırılan fiziki köhnəlmə - obyektin istismar qaydalarının pozulması nəticəsində yaranır və bəzən «təxirə salınmış təmir» adlandırılır, onun dəyəri isə obyektin ilkin vəziyyətinə qaytarılması üçün tələb olunan təmir-tikinti işlərinin dəyəri ilə ifadə edilir.

Aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlmə - inşaat konstruksiyalarının və materiallarının aradan qaldırılması qeyri-mümkün yaxud iqtisadi baxışdan əlverişsiz olan dağılmasıdır.

Aradan qaldırılması mümkün olmayan fiziki köhnəlmənin hesablanması nəzəri əsas inşaat konstruksiyaları və materiallarının istehlak xassələrinin istismar müddətində xətti azalmasıdır. Yəni, bu konstruksiyalar və materiallar xidmət müddətində istehlak xassələrini tamamilə itirməlidirlər.

Qiymətləndirmə təcrübəsində aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlməsi olan bina və qurğuların hissələri «qısa müddət xidmət edənlərə» və «uzun müddət xidmət edənlərə» bölünür.

Qısa müddət xidmət edən hissələrin istismar müddəti binanın istismar müddəti ilə

müqayisədə azdır. Qısa müddət xidmət edən hissələrin aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlməsi aşağıdakı ardıcılıqla müəyyənləşdirilir:

- köhnəlmənin hesablama bazası hissənin təkrar istehsalının (bərpa) yaxud əvəz olunma dəyəri ilə aradan qaldırılan fiziki köhnəlmənin dəyəri arasında fərq kimi hesablanır;

- aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlmə dərəcəsi hissələrin faktiki istismar müddətinin normativ istismar müddətinə nisbəti kimi hesablanır;

- fiziki köhnəlmə dərəcəsi köhnəlmənin hesablanma bazasına hasil edilməklə, aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlmənin miqdarı müəyyənləşdirilir. Qısa müddət xidmət edən hissələrin normativ istismar müddəti müxtəlif təyinatlı bina və qurğuların təmiri və istismarı üzrə müvafiq sorğu materiallarından götürülür.

Uzun müddət xidmət edən hissələrin aradan qaldırılmayan köhnəlməsi aşağıdakı ardıcılıqla hesablanır:

- köhnəlmənin hesablanma bazası hissənin təkrar istehsalının (bərpa) yaxud əvəz olunma dəyəri ilə onun aradan qaldırılan fiziki köhnəlməsinin dəyəri və qısa müddət xidmət edən hissələrin təkrar istehsalının (bərpa) dəyəri arasındakı fərq kimi hesablanır;

- aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlmə dərəcəsi bina və ya qurğunun faktiki istismar müddətinin normativ istismar müddətinə nisbəti kimi hesablanır;

- fiziki köhnəlmə dərəcəsi köhnəlmənin hesablanma bazasına hasil edilməklə, aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlməsinin miqdarı müəyyənləşdirilir, məsələn:

Cədvəl 5

Hissənin təkrar istehsalının (bərpa) dəyəri (manat)	254360
Aradan qaldırılan fiziki köhnəlmənin dəyəri (manat)	- 2670
Qısa müddət xidmət edən hissələrin bərpa dəyəri (manat)	- 48950
Aradan qaldırılan fiziki köhnəlməsi olan uzun müddət xidmət edən hissələrin bərpa dəyəri (manat)	202740
Faktiki istismar müddəti	18 il
Normativ istismar müddəti	55 il
Fiziki köhnəlmə dərəcəsi (faiz)	32,7
Uzun müddət xidmət edən hissənin aradan qaldırılmayan fiziki köhnəlməsi (manat) (202740.x32,7 %)	66296

Funksional köhnəlmə - tikililərin və avadanlığın parametrlərinin müasir bazar standartlarının və tipik alıcının (investorun) tələblərinə uyğunsuzluğu nəticəsində meydana çıxır. Funksional köhnəlmənin əsas əlamətləri obyektin inşa olunduğu layihənin və tərtibatının, texniki vasitələrlə təchizatının müasir tələblərə cavab verməməsi, funksional çevikliyinin itirilməsi, istehlakçıların tələblərinin və zövqlərinin dəyişməsidir. Funksional köhnəlmənin əsas meyarı kimi qiymətləndirilən obyektin ərazidə yerləşən digər analoji obyektlərlə müqayisədə potensial gəlirliyinin azalması qəbul olunur. Funksional köhnəlmə aradan qaldırılan və aradan qaldırılmayan növlərə bölünür.

Aradan qaldırılan funksional köhnəlmə layihəsinin, inşa olunduğu materialların, dizaynının və s. müasir tələblərə cavab verməməsi nəticəsində tikilinin dəyərinin azalmasıdır. Bu növ funksional köhnəlmə onun aradan qaldırılması üçün tələb olunan xərclərin məbləği ilə ifadə olunur.

Aradan qaldırılan funksional köhnəlmənin səbəbləri aşağıdakılardır:

- hissələrin əlavə olunmasını tələb edən qüsurlar;
- hissələrin dəyişdirilməsini yaxud modernləşdirilməsini tələb edən qüsurlar;
- «həddən artıq yaxşılaşdırılma» ilə bağlı qüsurlar.

Hissələrin əlavə olunmasını tələb edən qüsurlar bina yaxud qurğuda mövcud olmayan və buna görə də onun müasir standartlara uyğun istismarına imkan verməyən hissələrlə bağlıdır. Bu mövqe üzrə köhnəlmə həmin hissələrin əlavə olunması, o cümlədən quraşdırılmasına çəkilən xərclərin məbləği ilə ölçülür.

Hissələrin dəyişdirilməsini yaxud modernləşdirilməsini tələb edən qüsurlara hələlik öz funksiyalarını yerinə yetirən lakin, müasir standartlara cavab verməyən hissələr aiddir. Bu cür köhnəlmə dəyişdirilməsi yaxud modernləşdirilməsi tələb olunan hissələrin köhnəlmə nəzərə alınmaqla dəyəri və onların sökülüb-yığılması xərclərinin cəmindən geri qaytarılan hissələrin dəyərinin çıxılması yolu ilə hesablanır. Geri qaytarılan materialların dəyəri söküldükdən sonra başqa obyektlərdə istifadə üçün yararlı olan materialların və avadanlığın dəyəri kimi qəbul edilir.

“Həddən artıq yaxşılaşdırılma” ilə bağlı qüsurlar binada müasir bazar standartlarının tələblərinə cavab verməyən hissələrin və avadanlığın mövcudluğu nəticəsində meydana çıxır. Məsələn, mənzilin əvvəlki sahibi arakəsmə qoymaqla, bir böyük otağı iki kiçik otağa çevirirsə yaxud hamamxananı kiçiltmək hesabına mətbəxi genişləndirirsə, tavana müxtəlif formada bəzək vurursa, görülən işlər alıcının tələblərinə və zövqünə uyğun olmaya bilər. Bu zaman mənzilin yeni sahibi arakəsmənin sökülməsinə, hamamxana ilə mətbəxin əvvəlki ölçülərinin bərpasına, bəzəklərin sökülməsinə, otağın öz zövqünə uyğun rənglənməsinə əlavə xərclər çəkəcəkdir.

Funksional köhnəlmənin bu növü “həddən artıq yaxşılaşdırılma” ilə bağlı olan hissələrin fiziki köhnəlmə çıxılmaqla dəyəri və onların sökülməsi xərclərinin cəmindən, söküldükdən sonra istifadəyə yararlı materialların və avadanlığın dəyəri çıxılmaqla hesablanır.

Aradan qaldırılmayan funksional köhnəlmə - qiymətləndirilən obyektin həcm-planlaşdırma göstəricilərinin yaxud konstruksiyasının müasir tikinti standartlarına uyğunsuzluğu yəni, hissələrin əlavə olunmasının zəruriliyi yaxud “həddən artıq yaxşılaşdırmaların” mövcudluğu nəticəsində yaranır. Bu növ funksional köhnəlmənin əsas əlaməti qüsurların aradan qaldırılması üçün vəsait qoyulmasının iqtisadi baxımdan səmərəsizliyidir.

Aradan qaldırılmayan funksional qüsurlara aşağıdakılar daxildir:

- tikintinin smetasına daxil edilməmiş lakin, zəruri hissələrlə əlaqədar olan;
- tikintinin smetasına daxil edilmiş, lakin lazımsız hissələrin mövcudluğu ilə əlaqədar olan.

Zəruri lakin, tikintinin smetasına daxil edilməmiş hissələrlə bağlı funksional köhnəlmə **icarə haqqında itkilərin kapitallaşdırılması metodu** ilə müəyyənləşdirilə bilər. Bu metoda əsasən əvvəlcə göstərilən qüsurla əlaqədar olaraq icarə haqqının azalmasının məbləği binalar üçün kapitallaşdırma norması üzrə kapitallaşdırılır və çatışmayan hissələrin əlavə edilməsi üçün zəruri xərclər hesablanır. Sonra bu iki kəmiyyət arasındakı fərq hesablanaraq, aradan qaldırılmayan funksional köhnəlmənin məbləği müəyyənləşdirilir.

Məsələn, sahəsi 3500 kv.m. olan anbarda avtomatik yanğınsöndürmə avadanlığı quraşdırılmamışdır. Bazarın öyrənilməsi nəticəsində belə qurğular olan anbarların sahəsinin

1 kv.metrinin icarə haqqının 0,3 şərti vahid artıq, binalar üçün kapitallaşdırma əmsalının 10% olduğu müəyyənləşdirilmişdir. Cari vaxtda bu cür avadanlığın quraşdırılması üçün 32000 şərti vahid xərc tələb olunur.

Bu şərtlər daxilində aradan qaldırılmayan funksional köhnəlmə aşağıdakı ardıcılıqla hesablanacaq:

Cədvəl 6

İcarə haqqından xalis itkilər (manat) $(3500 \times 0,3)$	1050
Binalar üzrə kapitallaşdırma əmsalı	10%
Gəlirin kapitallaşdırılmış itkisi (manat) $(1050 : 0,1)$	10500
Avadanlığın qurulması üzrə xərclər (manat)	32000
Aradan qaldırılmayan funksional köhnəlmə (manat) $(10500 - 32000)$	- 21500

Hesablamalardan göründüyü kimi, cari bazar şəraitində bu cür avadanlığın quraşdırılması iqtisadi baxımdan əlverişsizdir. Bu qüsurun aradan qaldırılmasının iqtisadi baxımdan əlverişli olması və aradan qaldırılan funksional köhnəlməyə çevrilməsi üçün sözügedən anbarların icarə haqqındakı fərq ən azı 1 şərti vahid olmalıdır.

Tikintinin smeta dəyərinə daxil edilmiş lakin, lazımsız hissələrlə bağlı funksional köhnəlmə **binanın istismarına çəkilən əlavə xərclərin kapitallaşdırılması metodu** ilə hesablanır. Bu metod yeni binanın tikintisinin cari dəyərindən göstərilən hissələrin fiziki köhnəlməsinin dəyərini və onların mövcudluğu ilə əlaqədar yaranan əlavə xərclərin çıxılmasına əsaslanır.

Məsələn, bazarda sahəsi 100 kv. metrədək olan mənzillərə tələb formalaşdığı halda, sahəsi 120-150 kv. metr olan mənzillərin təklifi sonuncuların aradan qaldırılmayan funksional köhnəlməsi ilə nəticələnəcəkdir. Bu köhnəlmənin səbəbi bazar tələbindən artıq olan sahənin mövcudluğu, onun sökülməsinin isə qeyri-mümkün və iqtisadi baxımdan səmərəsizliyi. Hesab edək ki, mövcud olan 120 kv. metrlik mənzilin cari təkrar istehsalının (bərpa) dəyəri 25875 şərti vahid, eyni istehlak xassələri olan 98 kv. metrlik mənzilin cari təkrar istehsalının (bərpa) dəyəri isə 22730 şərti vahiddir. Bazar tələbindən «artıq» olan sahənin illik istismar xərcləri (istilik, işıq, su, kanalizasiya, sığorta ödənişləri, vergilər, s.) 145 şərti vahiddir. Bu tip mənzillər üzrə xərclərin kapitallaşma əmsalı 10%, mənzilin fiziki köhnəlmə dərəcəsi 20%-dir.

Bu mənzilin aradan qaldırılmayan funksional köhnəlməsi aşağıdakı ardıcılıqla hesablanır:

Bazar tələbindən «artıq» olan sahənin dəyəri (manat) $(25875 - 22730)$	3145
Fiziki köhnəlmə - 20% $(3145 \times 0,20)$	629
Mülkiyyətçinin əlavə xərclərinin hazırkı dəyəri (manat) $(450 : 0,1)$	1450
Aradan qaldırılmayan funksional köhnəlmənin yekunu $(3145 - 629 + 1450)$	3966

İqtisadi köhnəlmə - xarici mühitin yəni, bazar şəraitinin, qanunvericilik bazasının, ərazinin ekoloji vəziyyətinin dəyişməsi, əmlakın öhdəliklərlə yüklənməsi səbəblərindən obyektin dəyərini azalması nəticəsində yaranır.

Daşınmaz əmlakın iqtisadi köhnəlməsinin aradan qaldırılması mümkün olmasa da,

bəzi hallarda onu doğuran səbəblərin pozitiv dəyişməsi nəticəsində onlar «özü-özünə yoxa çıxır» bilər.

İqtisadi köhnəlmənin qiymətləndirilməsi üçün aşağıdakı metodlardan istifadə oluna bilər:

- icarə haqqında itkilərin kapitallaşdırılması metodu;
- satışların müqayisəsi metodu;
- iqtisadi ömür müddəti metodu.

İqtisadi köhnəlmənin **icarə haqqında itkilərin kapitallaşdırılması metodu** ilə hesablanması qaydası aradan qaldırılmayan funksional köhnəlmənin hesablanması eynidir.

Satışların müqayisəsi metodu qiymətləndirmə tarixinə yaxın dövrdə satılmış anoloji obyektlərin qiymətləri barədə məlumatların təhlilinə əsaslanır. Bu zaman qiymətləndirilən və anoloji obyektin bir-birindən iqtisadi köhnəlmənin yalnız aşkar olunmuş səbəbləri ilə fərqləndiyi ehtimal olunur. Məsələn, dəmir yoluna yaxınlığı göstəricisinə görə biri-birindən fərqlənən iki anbarın satış qiymətləri və digər göstəriciləri əsasında uzaqda yerləşən anbarın iqtisadi köhnəlməsini hesablayaq. Anbarların yerləşdiyi ərazidə torpaq sahəsinin qiyməti daşınmaz əmlakın ümumi dəyərinin 25% həcmindədir.

İqtisadi ömür müddəti metodu - iqtisadi köhnəlməni müxtəlif səbəblər üzündən (sürüşmə zonasında yerləşməsi, magistral kəmərlərin çəkilməsi və s.) binanın yaxın dövrdə sökülməsi ilə bağlı olaraq, fiziki ömrünün kəskin azalması əsasında hesablamağa imkan verir.

MÖVZU 14. Müqayisə yanaşması.

PLAN

14.1. Müqayisə yanaşmasının mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri.

14.2. Əmlakın müqayisə yanaşması ilə qiymətləndirilməsi mərhələləri

14.3 Müqayisə yanaşmasında istifadə olunan təşhihlər.

14.1. Müqayisə yanaşmasının mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri

Qiymətləndirmə fəaliyyətində müqayisə yanaşmasının özünəməxsus rolu və yeri vardır. Bəzən bu yanaşmaya «bazar satışlarının müqayisəsi» və yaxud da, «müqayisəli yanaşma» da deyirlər. Müqayisə yanaşması normal bazar şəraitində oxşar obyektlər haqqındakı sövdələşmələrə və satışa aid məlumatlara istinad edərək, qiymətləndirmə obyektinin dəyərini müəyyən etməyə imkan verir.

Müqayisə oluna bilən anoloji obyektlər barədə kifayət qədər və dürüst bazar məlumatları olduğu hallarda satışların müqayisəsi metodundan istifadə olunması daha münasibdir.

Qiymətləndirmə obyektinin dəyərinin dəqiq müəyyənləşdirilməsində digər yanaşmalar vasitəsilə mümkün olmayan hər hansı prosesi müqayisəli yanaşmadan istifadə etməklə, tamamlamaq mümkün olur. Daha doğrusu, müqayisəli yanaşmadan istifadə etməklə qiymətləndirmə dəyərin indikatoru olan məsrəflər və ya aralıq hesablamalar tələb edən parametrlər vasitəsilə deyil, birbaşa dəyərin müəyyən edilməsinə imkan verir. Müqayisə yanaşması dedikdə, praktiki realıqda satışların müqayisəsi nəzərdə tutulur. Bu zaman müqayisə obyektlərinin düzgün seçilməsi həlledici rol oynayır. Rəsmi razılaşma və müvafiq müqavilələr əsasında qiymətləndirmə işini aparan mütəxəssis özü də, yanaşmanın dürüst müəyyən edilməsində olduqca maraqlıdır. Çünki, o, öhdəlik götürür. Əks təqdirdə, qiymətləndirmənin yerinə yetirilməsi gözlənilən iqtisadi səmərəni təmin edə bilən ehtiyatların sahibkarın əlindən çıxmasına səbəb ola bilər.

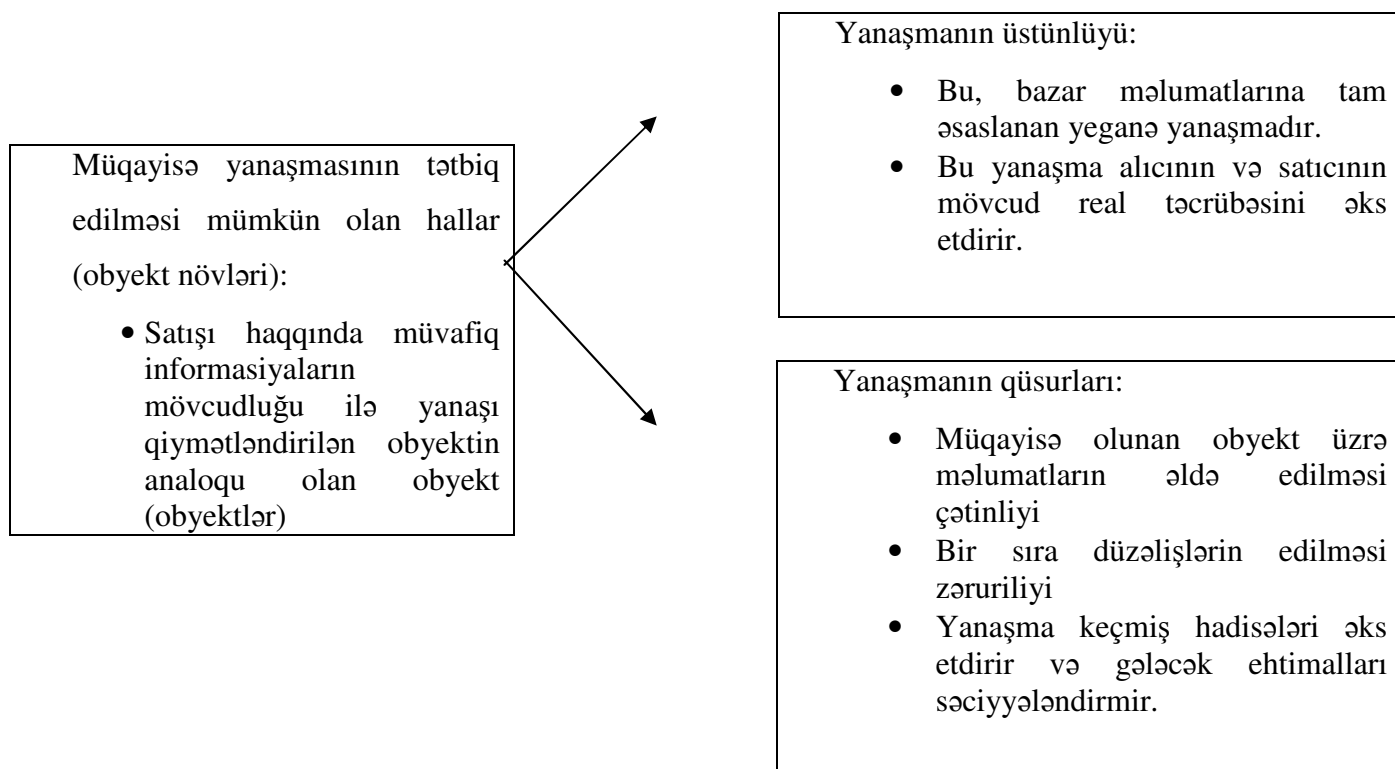
Sahibkarın obyektinin qiymətləndirilməsi ona gəlir gətirməlidir. Adətən, kapitalın iştirakçıları tərəfindən ayrılan sərmayə qoyuluşu ilə əlaqəli olmayan, lakin investisiyada artım ilə nəticələnən və hesabat dövrü ərzində aktivlərin artması, öhdəliklərin azalması şəklində iqtisadi səmərəlilik yüksəlməlidir.

Əmlak bazarının inkişafı şəraitində bazar subyektləri oxşar razılaşmalar barədə məlumatlara istinad edərək alqı-satqı əməliyyatlarını həyata keçirirlər. Deməli, sözün əsl mənasında bu yanaşma qiymətləndirmənin əsas prinsipi olan əvəzetmə prinsipinə əsaslanır. Həmin prinsipə görə, heç bir səriştəli alıcı satışa çıxarılan daşınmaz əmlak obyektinə, keyfiyyət və yararlılıq səviyyələri üzrə oxşar digər obyektin dəyərindən daha çox vəsait ödəməyə razı olmaz.

Qiymətləndirmə obyektinin oxşarı dedikdə, müvafiq məkanda və bazar şəraitində əsas iqtisadi, maddi, texniki xassələri üzrə eyni olan obyektlər nəzərdə tutulur.

Müqayisəli yanaşmanın tətbiqinin başlıca şərti qiymətləndiricinin mövcud bazarda qiymətləndirmə obyektinin oxşarı olan obyektlərin alqı-satqısı, habelə ümumi sövdələşmələr barədə müvafiq informasiyalar əldə edə bilməsidir. Müqayisəli yanaşma ilə qiymətləndirmənin bazar dəyərinə uyğunluğunu təmin etmək üçün bir neçə oxşar obyektin müvafiq informasiyalarından istifadə edilməsi zəruridir. Bəzən əldə edilmiş yekun göstəricinin bazar dəyərinə uyğunluğunu təmin etmək üçün qiymətləndirici tərəfindən müəyyən düzəlişlərə də ehtiyac duyulur.

Müqayisə yanaşması hər bir qiymətləndirmə obyektinin dəyərinin onun qiymətləndirilməsi tarixinə qədər dövriyyədə olan (bu zaman yalnız bazar dövriyyəsi nəzərdə tutulur) müvafiq analoji obyektlərin kəmiyyət və keyfiyyətlərini, onların mühüm fiziki və iqtisadi xassələrini, aparıcı dəyər amillərini özündə əks etdirən göstəricilərə əsasən müəyyən edilməsi deməkdir. Müqayisə yanaşmasından, onun birbaşa təyinatından əlavə, ondan eyni zamanda köhnəlmə dəyərinin, icarə haqlarının, habelə yeni tikilən obyektlərə çəkilən xərclərin müəyyən edilməsində də istifadə olunur. Qeyd etmək olar ki, ilk baxışdan sadə görünən bu yanaşmanı tətbiq edərkən bir sıra çətinliklər meydana çıxır. Eyni zamanda müqayisə mövqeyindən yanaşmanın bir sıra üstünlükləri vardır.



Qeyd etmək lazımdır ki, bu yanaşma digərlərinə nisbətən daha az əməktutumludur. O, qiymətləndirmə obyektinin dəyərinin real bazar qiymətlərinə daha da uyğunlaşdırılmasına imkan verir.

Yuxarıda qeyd olunan bütün araşdırma və bazarın tam öyrənilməsi müqayisə üçün analoji obyektin seçilməsi mərhələsinə keçid yaradır. Həmin vəzifə icra olunduqdan sonra qiymətləndirilən və bu məqsədlə seçilən analoji obyektlər arasında fərqlər təhlil olunur.

Beləliklə, əmlakı bazar satışlarının müqayisəsi mövqeyindən yanaşmaqla qiymətləndirən mütəxəssis (qiymətləndirici) müvafiq təshihlərin hesablanması üçün əsasən iki metoddan yəni kəmiyyət və keyfiyyət metodlarından istifadə edir.

Müqayisə yanaşmasından istifadə olunarkən bir sıra müddəaların nəzərə alınması vacibdir. Ən əvvəl bazarı öyrənmək vəzifəsi qarşıya çıxır. Çünki, bazarı öyrənərkən təkcə ümumi iqtisadi təhlillərə əsaslanmaq kifayət deyildir. Eyni zamanda qiymət və gəlirlilik göstəriciləri mütləq təhlil edilməli, onların məkan və vaxt bölgüsü, eləcə də, onlara təsir edən mühüm amillər, maliyyələşmə şərtləri, rəqabət səviyyəsi, bazar subyektinin səciyyəsi, tələb və təklifin nisbəti göstəriciləri nəzərə alınmalıdır. Bunlarsız heç bir peşəkar qiymətləndirici və hətta ən sivil bazarın mövcudluğu şəraitində məqbul nəticələr əldə edə bilməz. Ona görə ki, bu məlumatlarsız qiymətləndirmə obyektini ilə onun oxşarının müqayisə amillərini, onların dəyərə təsirini dəqiq müəyyən etmək mümkün deyil. Digər tərəfdən, müqayisə yanaşmasını tətbiq edərkən qiymətləndirilən əmlaka mülkiyyət hüququ növlərinin dəqiq müəyyən edilməsi olduqca vacibdir. Çünki, bəzən obyekt qiymətləndirilərkən sifarişçinin binaya və onun yerləşdiyi torpaq sahəsinə mülkiyyət (sahiblik və ya icarə) hüquqları fərqlənir. Bu da

son nəticənin reallığı üçün çox mühüm rol oynayır. Ona görə də, hesablamalar prosesində belə hallara nəticəyə qüsurlar gətirə bilən amillər kimi baxmaq lazımdır.

Müqayisə yanaşması obyektin qiymətləndirilməsi zamanı müvafiq obyektlər üzrə satış bazarı və təkliflər barədə məlumatlar yığımını özündə birləşdirir. Oxşar obyektləri bir-birindən fərqləndirən parametrlər nəzərə alınmaqla obyektlərin qiymətlərinə düzəlişlər edilir. Düzəlişlərdən sonra bu qiymətlərdən mülkiyyət obyektinin bazar dəyəri ilə qiymətləndirilməsində istifadə edilə bilər. Xüsusilə, qeyd olunmalıdır ki, bu yanaşma təcrübədə olduqca riskli hesab olunur. Belə ki, əldə edilən dəyər çoxsaylı amillərdən asılı olaraq təəddüd edir. Həmin dəyərdən obyektin təcili reallaşdırılmasında, girov qoyulmasında və s. istifadə etmək olar.

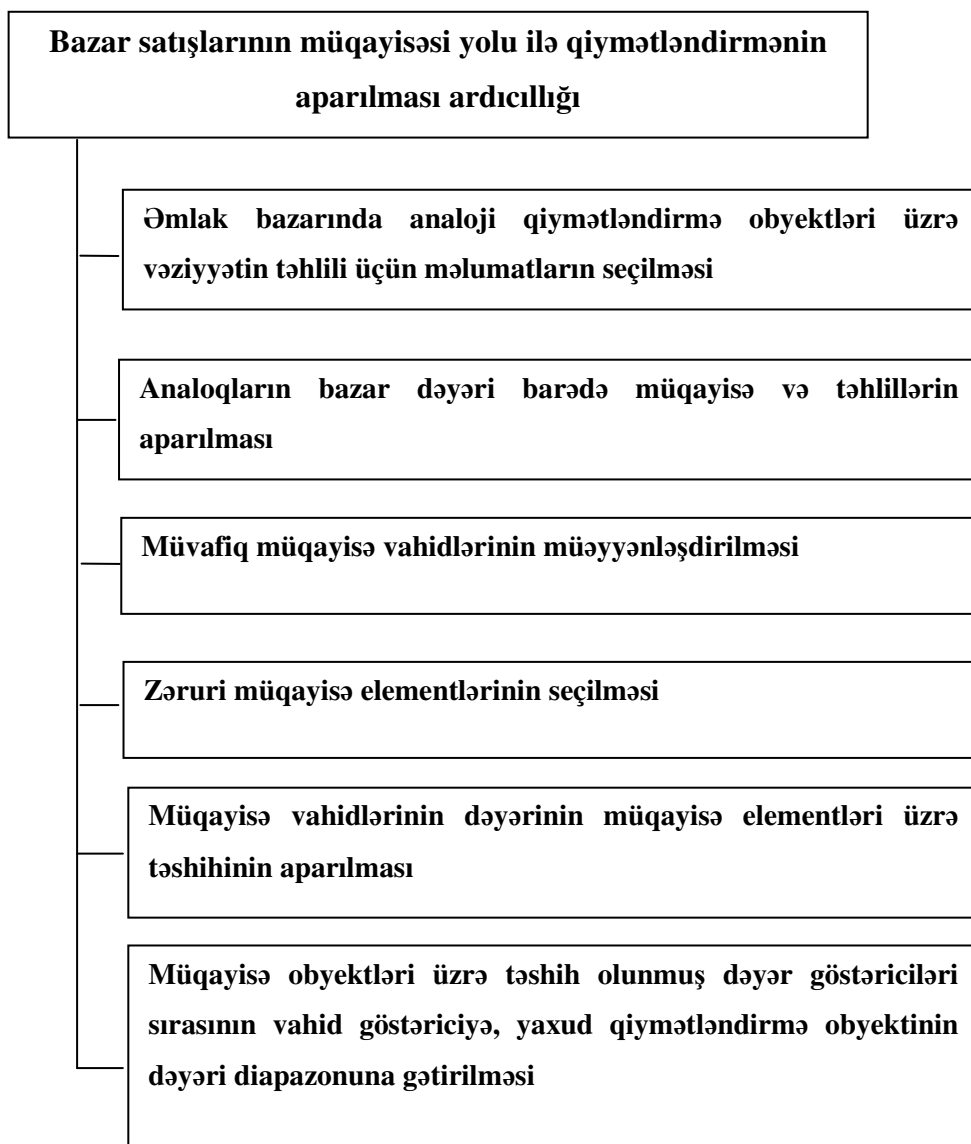
Eyni zamanda qiymətləndirmənin nəticələrinin düzgünlüyünə əsaslı təsir edən bir sıra amillər də mövcuddur. Bunlardan biri də, bazarın məhdudluğu amilidir. Elə ona görə də, iqtisadçılar arasında və hətta Qərb ədəbiyyatlarında bəzən müqayisə yanaşmasına “oxşarlar yanaşması” da deyirlər. Bu baxımdan da, əmlak bazarının fəallığından və obyektlərin dövryyəindən asılı olaraq iki bazar növünü, yəni zəngin əmlak bazarlarını və məhdud əmlak bazarlarını diqqətə gətirmək lazımdır.

Müqayisə yanaşması bazarda satılan analoji daşınmaz əmlak obyektlərinin qiymətlərinin təhlil olunmasına əsaslanmaqla, həm də digər amillərə, məsələn, analoji obyektlərin satış vaxtı, yerləşməsi, ərazisi (sahəsinin ölçüləri), istifadə olunan materiallar, mənsub olduğu zona, fiziki vəziyyəti və s. xüsusiyyətləri baxımından müqayisə və təhlillərin aparılması lazım gəlir.

14.2. Əmlakın müqayisə yanaşması ilə qiymətləndirilməsi mərhələləri

Qiymətləndirmənin bazar satışlarının müqayisəsi yanaşması ilə aparılması zamanı tələb olunan ardıcılıqlar qruplara bölünərək, mərhələlərlə yerinə yetirilir. Bəzi ədəbiyyatlarda bu mərhələlərin sayı beş, digərlərində isə altı və daha artıq göstərilir.

Satışların müqayisəsi qiymətləndirilən obyektə analoji olan obyektlərin alqı-satqısı barədə kifayət qədər, həm də çox real və dürüst bazar məlumatları olduqda tətbiq edilir. Bu zaman müqayisə üçün obyektlərin seçilməsinin meyarı obyektlərdən ən yaxşı və ən səmərəli istifadə olunması imkanları qəbul edilir. Bu da, prosesin hansı ardıcılıqla yerinə yetirilməsindən asılı olur.



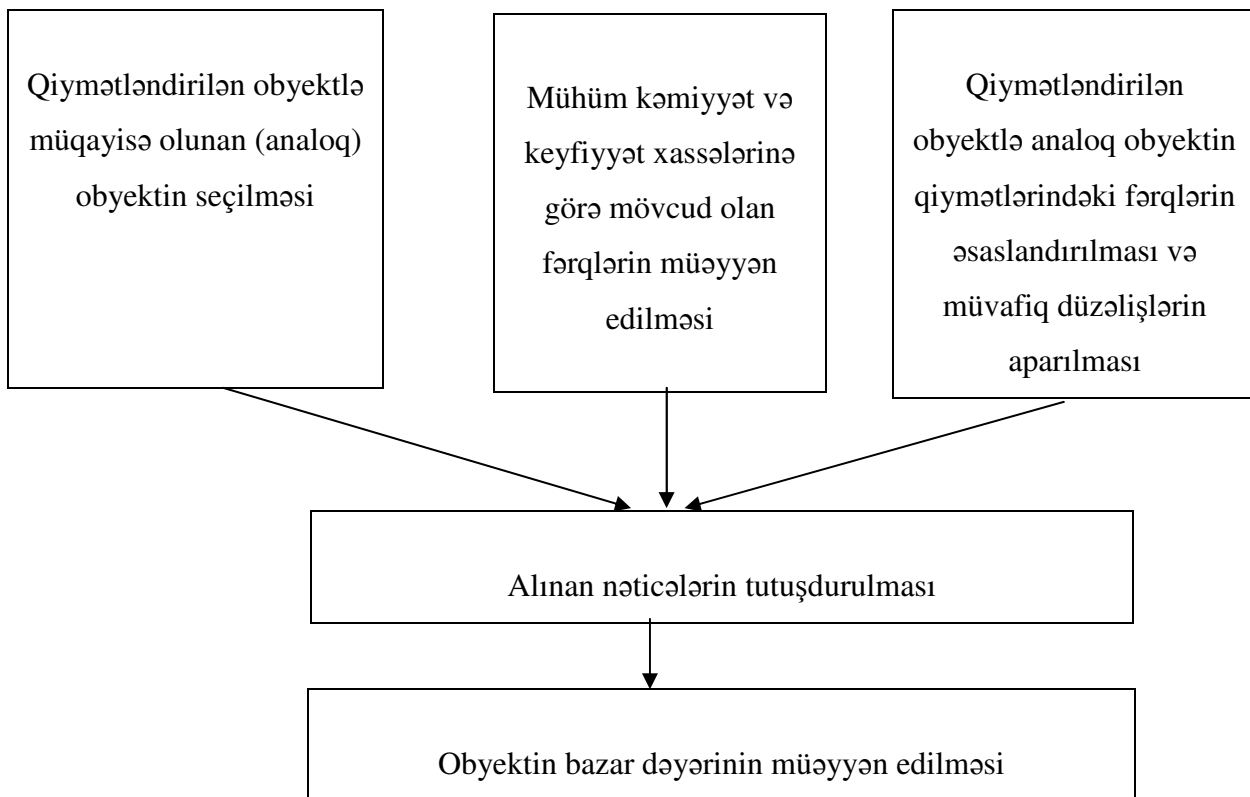
Bir qrup iqtisadçılar müqayisə yanaşmasının tətbiqi ilə əmlakın qiymətləndirilməsinin müəyyən qədər fərqli mərhələlər üzrə aparılmasını təklif edirlər. Həmin mərhələlər ardıcıl olaraq aşağıdakılardan ibarətdir.

- Qiymətləndirmənin məqsədini müəyyən etmək;
- Müqayisə vahidinin seçilməsi;
- Qiymətləndirilən obyektə müqayisə olunacaq obyektin seçilməsi;
- Əsas kəmiyyət və keyfiyyət xassələri üzrə fərqlərin müəyyən edilməsi;
- Qiymətləndirmə obyektinin yekun dəyəri barədə rəy.

Təklif olunan birinci variant məqsədindən asılı olmayaraq qiymətləndirmənin bir qədər ümumiləşdirilmiş mərhələlərlə aparılmasını nəzərdə tutur. İkinci variantda məqsədin seçilməsi kimi ciddi addımın atılmasından fərqli olaraq, oxşar obyektlərin parametrlərindəki fərqlərə görə düzəlişlərin (təshihlərin) aparılmasının təklif olunmaması son nəticədə obyektin dəyəri göstəricisinin təhrif olunmasına səbəb ola bilər.

Ümumiyyətlə, müqayisə yanaşması ilə qiymətləndirilmənin aparılması özünəməxsus mərhələlərdən ibarətdir. Bu prosesi obyektin bazar dəyərinin müəyyən edilməsi üzrə aşağıdakı sxemdən aydın görmək olar:

Sxem 14.3



Birinci mərhələ aparılan alqı-satqı əməliyyatları, qiymətləndirilən obyektə analoji olan daşınmaz əmlak obyektlərinin təklifi və satılması barədə məlumatların toplanılması məqsədilə bazarın tədqiqini əhatə edir. Bu zaman məlumat mənbələri kimi qiymətləndiricinin şəxsi məlumat bazasından, internet şəbəkəsindən, elektron məlumatları bazasından, qiymətləndiricilər cəmiyyətinin bülletenlərindən, rieltor firmalarının, qiymətləndirməyə cəlb olunan əmlak brokerlərinin məlumatlarından, kredit təşkilatlarının, sığorta şirkətlərinin, tikinti-investisiya şirkətlərinin arxiv sənədlərindən və s. istifadə oluna bilər.

Adətən oxşarların müqayisəsi zamanı nəzərə alınması vacib olan aşağıdakı 4 amili ayırırlar: 1) satış tarixi; 2) yerləşdiyi yer; 3) fiziki səciyyəsi; 4) satış şərtləri (ödəniş forması və s.)

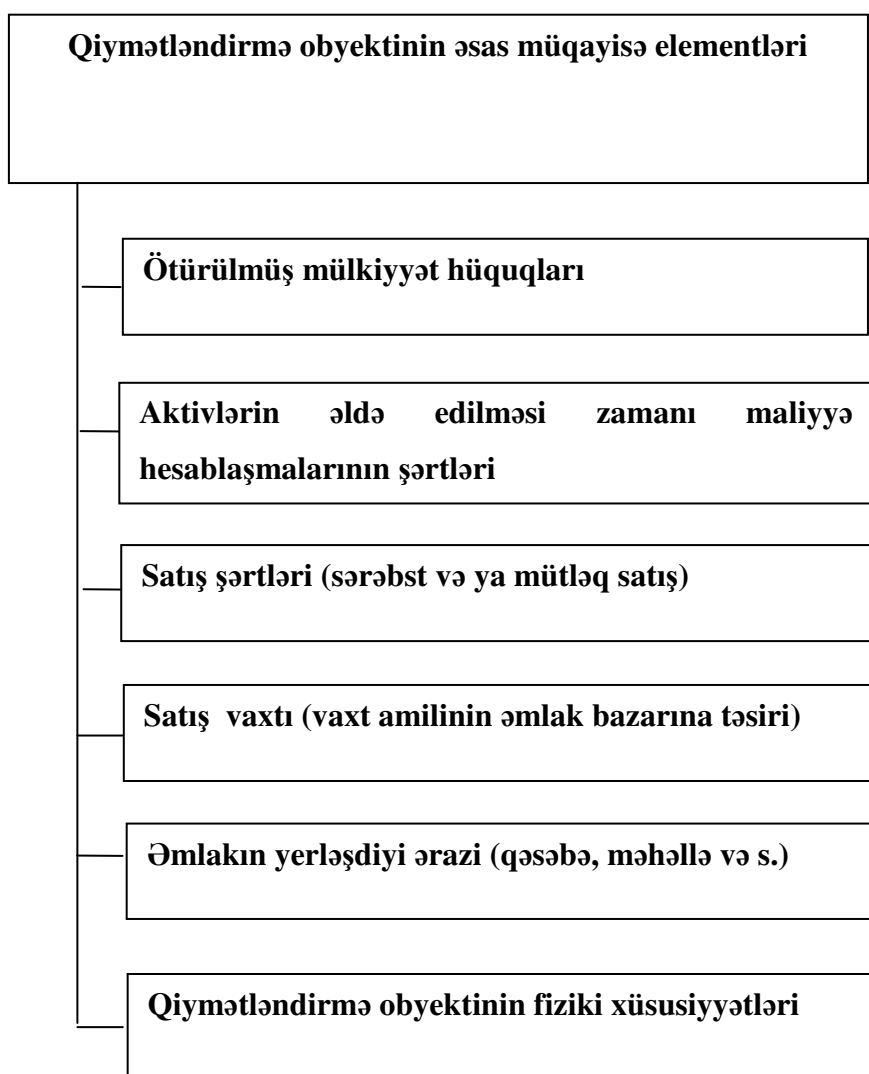
İkinci mərhələ dürüstlüyün artırılması və alqı-satqı əməliyyatlarının sərbəst bazar şəraitində yerinə yetirilməsinin təsdiq olunması məqsədilə məlumatların seçilməsindən başlanır. Bu zaman onların dəqiqliyi və reallıqları əks etdirə bilməsi, habelə, bazar konyunkturasına uyğunluğu öyrənilir. Üçüncü mərhələdə alqı-satqı əməliyyatları haqqında məlumatların yoxlanılması, əməliyyatın yerinə yetirilməsinin onun əsas iştirakçılarından biri (alıcı yaxud satıcı) yaxud rieltor şirkətinin agentliyi tərəfindən təsdiq olunması, habelə, satış şərtlərinin aydınlaşdırılması məsələləri icra olunur.

Növbəti mərhələdə müvafiq müqayisə vahidlərinin seçilməsi və onlardan hər biri üzrə müqayisəli təhlilin aparılması, beşinci mərhələdə qiymətləndirilən obyektlə müqayisə üçün seçilmiş (bazarda satılmış yaxud satışa çıxarılmış) obyektlərin ayrı-ayrı elementlər üzrə müqayisə olunması, qiymətləndirilən obyektin qiymətinin təshih edilməsi prosesi aparılır.

Nəhayət, altıncı və sonuncu mərhələ isə müqayisə olunan xassələrin təhlili, onların vahid dəyər göstəricisinə çevrilməsi yaxud göstəricilər qrupunda birləşdirilməsi yolu ilə qiymətləndirilən obyektin dəyərinin müəyyənləşdirilməsi, yəni yekun mərhələsidir. Bazar barədə məlumatların qıtlığı, yaxud onların dürüstlüyünün aşağı səviyyədə olduğu şəraitdə obyektin dəyərinin qiymətləndirilməsi əvəzinə ilkin məlumatlar göstəricilər qrupu şəklində təqdim oluna bilər. Bu zaman əlavə məlumatların toplanması və yekun nəticəyə gəlmək üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi lazım gəlir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, bazar satışlarının müqayisə vahidləri ilə yanaşı müqayisə elementləri də mövcuddur. Müqayisə yanaşması ilə obyektin qiyməti müəyyənləşdirilərkən müqayisə üçün istifadəsi zəruri olan əsas göstəricilər və ya müqayisə elementləri müəyyənləşdirilir. Müqayisə elementləri bir çox hallarda qiymətləndirmə obyektinin təyinatından asılı olaraq fərqləndirilə bilər. Deyilənlərin təsdiqi məqsədilə yaşayış evlərinin (mənzillərin) nümunəsində müqayisə vahidlərinin ardıcılıq sxemini nəzərdən keçirək.

Sxem 14.4



Sxemi nəzərdən keçirərkən bu ardıcılığın hansı prinsiplərə və qanuna uyğunluqlara görə mövcud olması da böyük maraq doğura bilər. Ona görə də, müəyyən açıqlamalara ehtiyac yaranır. Məsələn burasındadır ki, qiymətləndirilən obyektin hüquqi reallıqları onun dəyərinin və deməli, satış qiymətinin müəyyənləşdirilməsində həlledici rol oynayır. Yəni, sahibkarı düşündürən təkcə əmlakın fiziki dəyəri deyil, həm də onun mülkiyyət hüququnun dəyəridir. Daha doğrusu, mülkiyyət hüquqlarına müxtəlif məhdudiyyətlərin qoyulması və onun ləğvi qiymətləndirilən obyektin dəyərini, yəni satış qiymətini obyektiv olaraq azalda və ya tamamilə dəyərsizləşdirə bilər.

Sahibkar (investor) hər bir addımı atarkən onun maliyyə nəticələri haqqında daha çox düşünür. Beləliklə, qiymətləndirmə təcrübəsində maliyyə hesabatları tərəflərin öhdəliklərindən birinə çevrilir. Bu baxımdan alqı-satqı əməliyyatlarının müxtəlif variantları mövcuddur. Həmin variantlardan təcrübədə daha çox yayılmaqda olanlara aşağıdakıları aid etmək kifayətdir: istər-istəməz alıcı və satıcı öz vəsaitləri hesabına satış tarixində hesablaşmalıdırlar, alıcı daşınmaz əmlakı əldə etmək üçün maliyyə strukturlarından kredit almağa məcbur olur; zərurət yarandıqda satıcı alıcıya ödənişlərin yerinə yetirilməsi üçün müəyyən vaxt verir.

Müqayisənin satış şərtləri elementi əmlakın əldə edilməsinin qeyri-ənənəvi səbəbləri nəticəsində satışın xalis bazar şərtlərindən kənarlaşması hallarında müqayisə üçün seçilmiş müvafiq obyektləri müqayisə olunanlar sırasından çıxarmağa, yaxud onların satış qiymətlərində düzəlişlər aparmağa imkan verir.

Müqayisə elementləri içərisində mühüm əhəmiyyətinə görə satış vaxtı nəzər-diqqəti daha çox cəlb edir. Çünki, bu amil ayrı-ayrı obyektlərin deyil, satışa çıxarılan bütün obyektlərin qiymətinə təsir etmək xassəsinə malikdir. Eyni zamanda o, əmlak bazarında alqı-satqı əməliyyatlarının dinamikasına və buna müvafiq olaraq satış qiymətlərinin səviyyəsinə vaxt amilinin təsirini müəyyənləşdirməyə imkan verir. İnflyasiya və ya deflyasiya, qanunvericilikdə dəyişikliklər (mülkiyyət hüquqları, vergi qoyma və s.) vaxt amilindən asılı olduğu kimi, həm də bazarda mövcud olan əmlaka tələb və təklifin dəyişməsinə təsir göstərir.

Bazar satışlarının müqayisəsi yanaşması zamanı əmlakın yerləşdiyi ərazi də mühüm rol oynayır. Qiymətləndirmə obyektinin dəyəri müəyyənləşdirilərkən, onun ərazidə yerləşmə koordinatları dəyərin rentə hissəsinə transformasiya olunur. Məlum olduğu kimi, qiymətləndirilən daşınmaz əmlakın yerləşdiyi ərazi də müvafiq dəyəri dəyişmək xassəsinə malik olur. Bunlara misal olaraq, torpaq sahələrinin müxtəlif təbii-iqlim zonalarında, müxtəlif kateqoriyalı yaşayış məntəqələrində, müxtəlif funksional və iqtisadi planlaşdırılma zonalarında və daha perspektiv inkişafa qadir olan regionlarda yerləşməsi amilini qeyd etmək mümkündür.

Müqayisə yanaşmasında tətbiq olunan müqayisə elementləri içərisində fiziki xüsusiyyətlər elementinin mövqeyi olduqca böyükdür, bəlkə də həlledicidir desək, daha düzgün olardı. Misal olaraq, qiymətləndirilən obyektin faydalılığının müəyyən edilməsinə imkan verən binanın tikilməsi tarixini, onun mövcud vəziyyətini, habelə istifadə olunmuş tikinti materiallarının növünü, memarlıq xassələrini, torpaq sahəsinin və binanın özünün ölçülərini, formasını, çoxmərtəbəli binalarda qiymətləndirmə obyektinin yerləşdiyi mərtəbəni, yanılma yollarının, avtodayanacaqların, mühəndis qurğularının mövcudluğunu və s. amilləri göstərmək olar.

14.3 Müqayisə yanaşmasında istifadə olunan təshihlər.

Müqayisə vahidləri və müqayisə elementləri vasitəsi ilə araşdırmalar, təhlillər aparıldıqdan sonra dəqiqləşdirmələrin keçirilməsi lazım gəlir. Bu məqsədlə də, üç mühüm təshih tiplərindən istifadə olunması (buna bəzən korrektirovka da deyirlər) zərurəti yaranır ki, bunlardan biri də dəyər ölçüləri (pul) təshihləridir. Bu zaman mütləq olaraq, pulun dəyər ölçüsü funksiyasından istifadə edilməsi lazım bilinir. Onları iqtisadi ədəbiyyatda bəzən mütləq ölçmə təshihləri də adlandırırlar. Pul təshihləri qiymətləndirmə obyektinin satış qiymətinə hər hansı mütləq kəmiyyət qədər əlavəni (+) və ya azalmanı (-) nəzərdə tutur. Təshihin aparılmasının əsas mahiyyəti də elə bundan ibarətdir.

Lakin elə hallar olur ki, düzəlişlərin tam və qənaətləndirici səviyyədə aparılmasını mütləq kəmiyyətlər vasitəsilə aparılan təshihlər olduğu kimi əhatə edə bilmir. Belə olduqda, digər təshihlərdən istifadə edilir. Bu da, nisbi kəmiyyət təshihləridir. Bu zaman nəticələrə düzəlişlərin faiz ifadələri ilə aparılması nəzərdə tutulur. Deməli, dəyər ölçüsü təshihləri vasitəsi ilə dəqiqləşdirmələrin aparılması mümkün olmadığı halda, bu təshih növündən, yəni, nisbi kəmiyyət təshihlərindən istifadə olunmasına ehtiyac yaranır. Daha doğrusu, seçim qiymətləndiricinin peşəkarlığından asılı olur.

Bəzən də pul təshihlərinin aparılması üçün yuvarlaq dəyər hesablamaları mümkün olmadıqda eyni qaydada faiz təshihlərinin (+5 faiz və ya – 5 faiz) tətbiq edilməsi lazım gəlir. Şübhəsiz ki, nisbi kəmiyyət olan faizlə ifadə olunma qaydası mütləq rəqəmə nisbətən o qədər də dəqiqlik əks etdirə bilməyəcəkdir.

Üçüncüsü, yəni məsələyə münasibətin digər variantı isə göstəricilərin ümumi qruplaşdırılması yolu ilə aparılan təshihlərdir. Belə ümumi qruplaşdırmadan fəal daşınmaz əmlak bazarında qiymətlər diapazonunun sıxılması məqsədi üçün istifadə oluna bilər. Ümumi qruplaşdırma qaydasından bəzən istifadə etmək olmur. Əmlak bazarı çoxnövlü obyektlərdən ibarət olduqda təshihin ümumi qruplaşdırma yolu ilə aparılması bir qədər çətinləşir. Belə hallarda qruplaşmanın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, qiymətləndirici ayrı-ayrı təshihlər aparmaq əvəzinə qiymətləndirilən obyektin başqa obyektə nisbətən yaxşı, yaxud pis olmasını müəyyənləşdirmək üçün onu bütünlüklə müqayisə edə bilər. Sonra ayrılmış qrup çərçivəsində ümumi təshihlər aparılır ki, bu da qiymətləndirilən obyektə müqayisə olunan obyektlərdən fərqləndirən hər bir xüsusiyyəti ayrıca olaraq nəzərdən keçirmək ehtiyacını aradan qaldırır. Təcrübədə adətən, təshih tiplərinin kombinasiyasından istifadə olunur.

Qeyd etmək lazımdır ki, sivil bazar şəraitində zəruri təshihlərdən istifadə edərək əmlakın qiymətinin tənzimlənməsi üçün əlverişli şərait yaranır. Əksər hallarda daşınmaz əmlak bazarında məlumat massivinə malik olan rieltorların rəyinə istinad etmək lazım gəlir. Təcrübə göstərir ki, obyektin likvidlik səviyyəsindən asılı olaraq kənarlaşmanın 5%-10 % həddində olması daha tez-tez müşahidə olunur. Tələbat yüksək olan obyektlər üçün “sövdələşmə” üzrə təshih 2-3%-ə qədər azala bilər. Müqayisə üçün analoji obyektlər qismində satış vaxtı mülkiyyət hüquqlarının bütünlüklə satıcıdan alıcıya verilməsi nəzərdə tutulan, hesablaşmaların alqı-satqı əməliyyatının keçirildiyi gün alıcının şəxsi vəsaitləri hesabına aparıldığı (maliyyə hesablaşmalarının bu şərtləri Bakı şəhərinin mənzillər bazarı üçün səciyyəvidir), satışın məcburi qaydada olmadığı, satıcıların obyektləri satarkən vaxt

məhdudiyyətləri ilə qarşılaşmadığı obyektlər seçildikdə, mülkiyyət hüquqları, maliyyə hesablaşmaları və satış şərtləri üzrə təshihlər tamamilə azalır.

Təshihin digər növü satış tarixi üzrə təshihlərdir. Təbiidir ki, bütün hallarda təshihlər yalnız satılmış obyektlərə tətbiq oluna bilər. Satış tarixi üzrə təshih zamanı analoqların satışından əvvəlki dövrdə obyektin dəyərinin dəyişməsi meylləri təhlil olunur. Fərz, edək ki, obyekt ilin əvvəlində (məsələn, fevral ayında qiymətləndirilir), analoq kimi qəbul olunan obyekt isə əvvəlki ilin oktyabr ayının sonunda satılmışdır. Həmin dövrdə əmlak bazarının vəziyyətini təhlil edən qiymətləndirici ötən aylar ərzində analoji əmlak obyektlərinin dəyərinin ən çoxu 5% artdığını müəyyənləşdirmişdir. Peşəkar qiymətləndirici satış vaxtı üzrə təshih apararkən, bu göstəricini rəhbər tutur. Eyni zamanda bu cür analoji obyektlərin olmaması da təbii qəbul edilməlidir. Çünki daşınmaz əmlak bazarında belə hallara tez-tez rast gəlinir. Əgər belədirsə, onda qiymətləndirici təshihin olmaması ilə razılaşmalı və digər variantlar axtarmalıdır. Əmlakın qiymətləndirilməsinə bazar satışlarının müqayisəsi mövqeyindən yanaşmaqla aparılması prosesində tələb olunan müvafiq təshihlərin hesablanması məqsədilə kəmiyyət və keyfiyyət metodlarından istifadə edilir.

Qiymətləndirmə obyektinin dəyərinin müəyyən edilməsində hansı yanaşma və metoddan istifadə edilməsindən asılı olmayaraq son nəticədə qiymətləndirici öz işinə yekun baxışlar keçirir. Qiymətləndirmə standartlarına müvafiq olaraq əlavə sorğular keçirir, subyektlərlə danışıqlar aparır, qanuna zidd olmayan bir çox əlavə informasiyalardan istifadə edir. Bunlara əsaslanaraq müəyyən təshihlər (düzəlişlər) aparır. Belə təshihlərə ehtiyac daha çox olur. Çünki müqayisə yanaşması əslində bazar yanaşması, mövcud bazarın monitorinqinin keçirilməsi, vaxtaşırı olaraq öyrənilməsi deməkdir. Bu zaman xeyli miqdarda müqayisə vahidlərindən və müqayisə elementlərindən istifadə edilməsi lazım gəlir. Həm də, istifadə olunan müqayisə vahidlərinin və müqayisə elementlərinin dəqiq seçilməsi xüsusilə müqayisə yanaşmasında daha önəmlidir.

Ona görə də, əvvəlcə müqayisə yanaşmasında tətbiq olunan müqayisə vahidlərinin nəzərdən keçirilməsi daha zəruridir. Qiymətləndirmədə tətbiq olunan müqayisə vahidlərindən biri kimi yerli bazarda ənənəvi təşəkkül tapmış xüsusi amillər (göstəricilər) qəbul olunur. Həm də, eyni bir obyektin qiymətləndirilməsi üçün eyni vaxtda bir neçə müqayisə vahidindən istifadə olunması da mümkündür və məqbuldur. Bu qiymətləndiricinin prosesə baxışlarından və xüsusi münasibətlərindən asılıdır. Çünki bəzən torpaq malik olduğu ölçüyə (sahəyə), bioloji, iqtisadi xassəsinə və digər göstəricilərə görə oxşar olsa da, onun üzərində hansı obyektin mövcudluğu və bu obyektin yerləşdirilməsi gerçəkliyindən asılı olaraq maraqlar fərqlənir.

Torpaq sahələrinin qiymətləndirilməsinə (obyekt altında olan torpaqlar nəzərdə tutulur) bu baxımdan yanaşmadıqda bir neçə müqayisə vahidlərinin tətbiqinə ehtiyac yaranır. Həm də, aparılan kompleks qiymətləndirmə işinin dəqiqliyinə inam azalır.

Obyekt altında olan torpaq sahələrinin qiymətləndirmə məqsədilə araşdırılması zərurəti yarandıqda, əsasən üç mühüm müqayisə vahidindən istifadə olunur. Bunlardan biri sahə vahidinin (ha, ar və s.) qiyməti, ikincisi hərəkət üçün faydalı olan əsas magistral boyunca əhatənin (uzunluğu) qiyməti və üçüncüsü isə, bütövlükdə sahənin qiymətidir. Göründüyü kimi, müqayisə vahidlərinin hər biri dəyər ölçüsü vasitəsilə (pul ifadəsilə) əks etdirilir.

Lakin tikinti obyektlərinin altında olan sahələrin müqayisəli təhlili aparılarkən müqayisə vahidi kimi daha çox göstəricilərdən istifadə edilməsi lazım gəlir. Bunlardan bir qismini, yəni sahə vahidinin qiymətini, icarəyə verilən otaqların sahə vahidinin qiymətini, otaqların ümumi sahəsi vahidinin qiymətini, qurğunun həcm vahidinin qiymətini, otağın qiymətini, mənzilin qiymətini və habelə gəlir gətirən daşınmaz əmlak vahidinin qiymətini qeyd etmək kifayətdir.

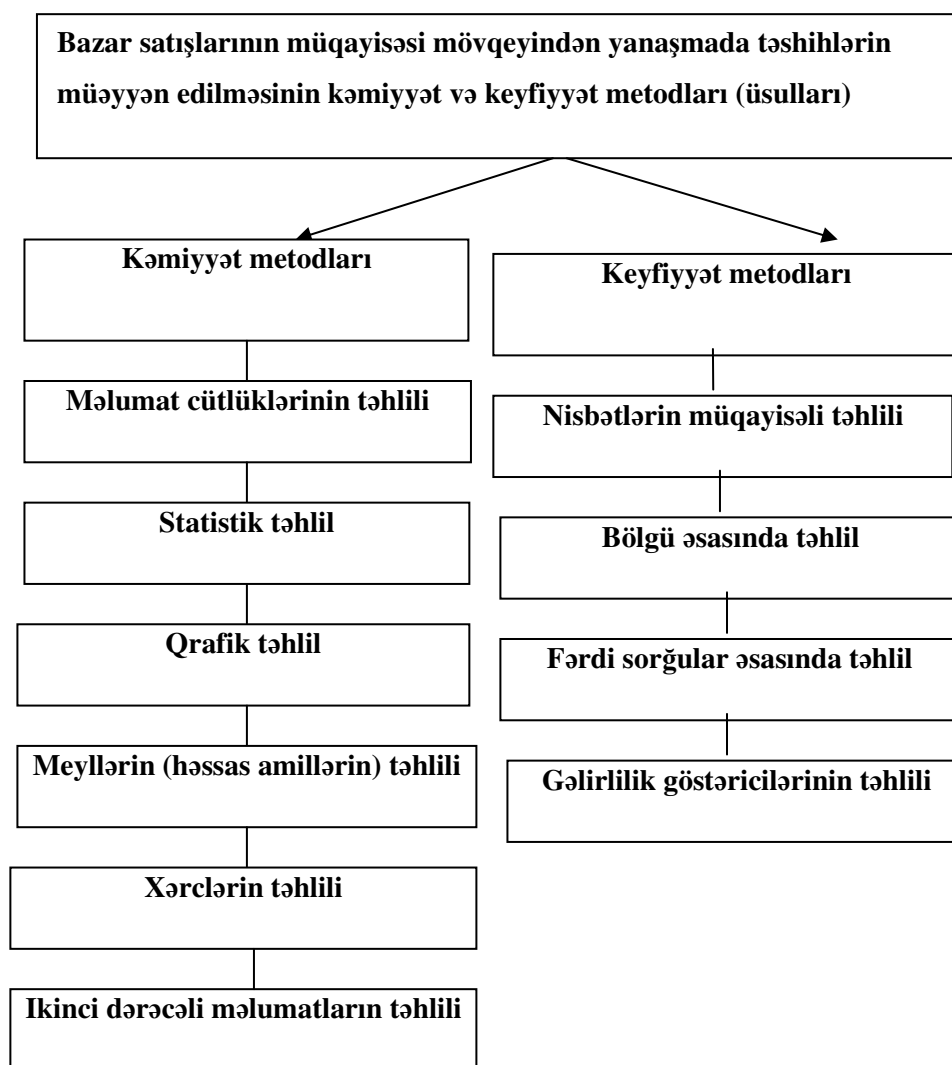
Göründüyü kimi, müqayisə vahidi hər bir qiymətləndirmə obyektinin ayrı-ayrı maddi-əşya göstəricilərinin dəyər (qiymət) ifadələri ilə əks olunmasıdır. Müqayisə elementlərinə əmlakın xüsusiyyətləri və onun qiymətlərinin dəyişməsinə təsir göstərən və birbaşa satışlarla bağlı olan amillər daxildir. Qeyd etmək lazımdır ki, müqayisə elementlərinin bir qismi mütləq olaraq nəzərə alınmalıdır. Bunlara xüsusi olaraq verilən mülkiyyət hüquqlarının tərkibi, alqı-satqı sazişlərinin maliyyələşdirilməsi şərtləri, satış şərtləri, satış vaxtı, əmlakın yerləşdiyi ərazi, fiziki xüsusiyyətləri, iqtisadi xüsusiyyətləri, istifadə xarakteri və habelə dəyərin mövcud əmlakla bağlı olmayan digər tərkib hissələrini aid etmək olar.

Müqayisə obyektlərinin satış qiymətlərinin təshihini ardıcılıqla, yəni ilk növbədə hər bir əvvəlki nəticəyə növbəti təshihin sistemli tətbiq olunması yolu ilə, həm də, satış şərtlərinə və bazarın vəziyyətinə görə müəyyən edilir. İkinci növbədə isə, bazarın vəziyyətinə görə aparılmış həmin təshihin nəticələrinə istənilən qaydada tətbiq olunması qaydasında qiymətləndirmə obyekti ilə birbaşa əlaqədar olan hesablamalar aparılır.

Dəqiqləşdirilmiş kəmiyyət göstəricilərini əsas olaraq qəbul etmək üçün bazar məlumatlarının miqdarından və dürüstlüyündən asılı olaraq kəmiyyət və keyfiyyət metodlarından istifadə olunur. Eyni zamanda satışların müqayisəsi yolu ilə müəyyənəşdirilmiş nəticə barədə qəti qərar qiymətləndirilən obyektə daha çox oxşar olan müqayisə obyektlərinin satış qiymətlərinin ümumiləşdirilməsindən və dəqiqləşdirilməsindən sonra qəbul edilir. Kifayət miqdarda dürüst bazar məlumatları olduqda, dəyərin satışların müqayisəsi yolu ilə müəyyənəşdirilməsi üçün riyazi statistika metodlarından da istifadə oluna bilər.

Qiymətləndirici təshihlər apararkən məlumat cütlüklərinin təhlili metodu ilə yanaşı həm də statistik təhlil metodundan, qrafik təhlil metodundan, meyllərin təhlili metodundan, xərclərin təhlili metodundan və nəhayət, ikinci dərəcəli məlumatların təhlili metodundan istifadə edir. Bunlara kəmiyyət metodları deyilir.

Kəmiyyət metodlarından fərqli olaraq, keyfiyyət metodları dəyərə təsir edən başqa qrup amillərin öyrənilməsinə səbəb olur. Keyfiyyət metodlarına isə nisbətlərin müqayisəli təhlili metodu, bölgü prinsipi əsasında təhlil metodu, fərdi sorğular metodu, gəlirlilik göstəricilərinin təhlili metodu və s. aid edilir. Bu metodların əyani əlaqələrinin təsvirini tərtib olunan sxemdən görmək olar.



Qeyd etmək lazımdır ki, kəmiyyət və keyfiyyət qrupuna daxil olan metodlar bəzən üsullar da adlandırılır.

Eyni zamanda, təshihlərin müəyyən edilməsinin həm kəmiyyət və həm də, keyfiyyət metodları qiymətləndirmə obyektinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq tətbiq edilir. Prosesin mahiyyətindən, onun sadə və mürəkkəbliyindən asılı olaraq, bu metodların imkanlarından istifadə edilir. Çünki həmin metodların bəzilərinin tətbiqi hətta bir neçə mərhələlərə ayrılır. Maraqlı burasıdır ki, bu zaman təkcə keyfiyyət metodunun deyil, həm də, kəmiyyət metodunun imkanlarından istifadə edilir. Həmin mərhələlər təshihlərin hesablanması keyfiyyəti metoduna daxil olan nisbətlərin müqayisəli təhlilində müəyyən mərhələyə bölünürlər. Birinci mərhələdə qiymətləndirmə obyektinin dəyərinə təsir göstərən amillər dəqiq müəyyənləşdirilir. Çünki bu amillərin dürüst müəyyənləşdirilməsi sonrakı mərhələlərin öz qaydasında icra olunması və nəticələrin düzgünlüyü üçün çox böyük rol oynayır.

İkinci mərhələdə aparılan əsas əməliyyatlar kəmiyyət və ya keyfiyyət metodlarını tətbiq edərək hər bir müqayisə elementi üzrə aparılan təshihlərin müəyyən edilməsindən ibarətdir. Deməli, bu mərhələdə məsələnin mürəkkəbliyindən asılı olaraq bazar satışlarının müqayisəsi mövqeyindən yanaşmanın kəmiyyət və keyfiyyət metodlarının hər ikisindən də (əgər lazım gələrsə) istifadə olunması mümkündür.

MÖVZU 15. QIYMƏTLƏNDİRMƏ FƏALİYYƏTİNDƏ GƏLİR YANAŞMASI VƏ ONUN METODLARI

PLAN

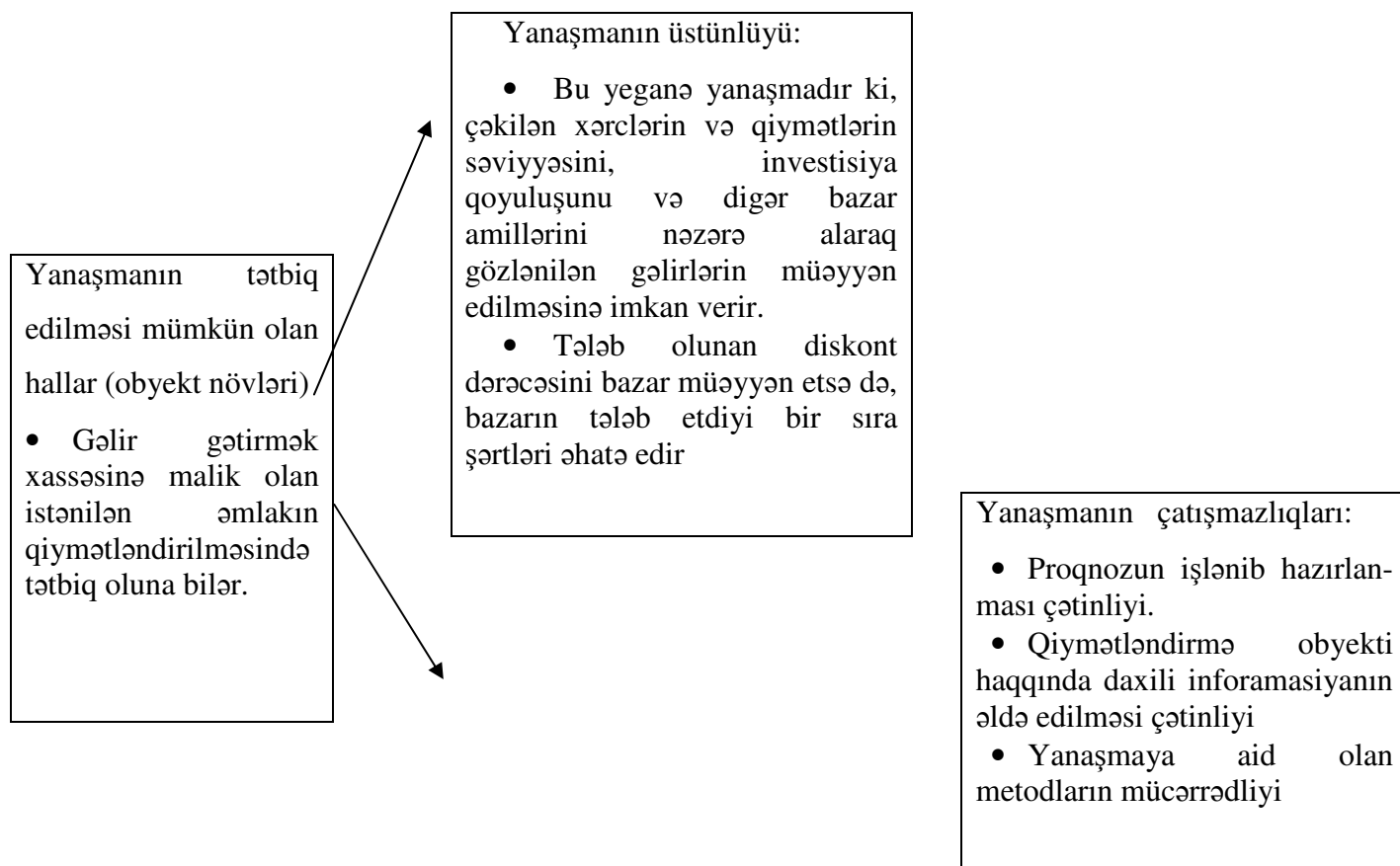
- 15.1. Gəlir yanaşmasının əsas xüsusiyyətləri və tətbiqi mərhələləri
- 15.2. Gəlir yanaşması əsasında qiymətləndirmənin aparılması mərhələləri
- 15.3. Gəlirlərin kapitallaşdırılması (birbaşa kapitallaşdırma) metodu.
- 15.4. Pul axınlarının diskontlaşdırılması metodu
- 15.5. Mürəkkəb faizin standart funksiyaları

15.1. Gəlir yanaşmasının əsas xüsusiyyətləri və tətbiqi mərhələləri

Gəlir yanaşması qiymətləndirmə obyektindən gözlənilən gəlirin müəyyən edilməsinə əsaslanmaqla, obyektin qiymətləndirilməsi üzrə mövcud olan metodların məcmusunu özündə əks etdirir. Eyni zamanda qiymətləndiricinin işinin əsas hissəsi pul axınlarının modernləşdirilməsi (proqnozlaşdırılması) ilə bağlı olduğuna görə, qiymətləndirici bu yanaşmanın tətbiqində müəyyən çətinliklərlə üzləşir. Çünki məsrəf yanaşması ötən dövrün xərclərinə, müqayisə ilə yanşma keçmişdə tikilən analoji obyektlərin göstəricilərinə əsaslanırsa, gəlir yanaşmasının nəticələri tamamilə gələcək dövrə hesablanır. Gəlir yanaşmasının bir sıra mühüm fərqli cəhətləri vardır. Onlardan ən başlıcası gözlənilmə prinsipinə daha çox istinad edilməsindən ibarətdir. Burada qoyulan investisiyanın faydalılığından söhbət gedir. Bu da, alıcının əldə etdiyi obyektin gəlirvermə xassəsi ilə ölçülür. Digər tərəfdən, “gəlir vermək üçün əldə edilən obyektin qiyməti onun verəcəyi gəlir qədər” olmalıdır müddəası da qiymətləndirmə subyektlərinin (xüsusilə satıcının) diqqətindən yayınmır.

Gəlir gətirən bütün növ obyektlərin qiymətləndirilməsində tətbiq edilməsi mümkün olan bu yanaşmanın müvafiq üstünlükləri və çatışmayan cəhətləri də vardır.

Qiymətləndirmədə gəlir yanaşmasının tətbiqinin üstünlükləri və çatışmazlıqları



Məlumdur ki, bütün sahibkarlar özlərinə məxsus olan hər cür əmlak növündən maksimum səviyyədə gəlir götürmək təmənnasında olurlar. Bu da bir həqiqətdir ki, onların istək və arzularından asılı olmayaraq gözlənilən səviyyədə gəlir gətirmək xassəsi hər əmlaka məxsus olmur. Yuxarıdakı sxemdən göründüyü kimi, gəlir yanaşmasının qiymətləndirmə prosesindəki başlıca üstünlükləri də yalnız daha çox gəlir gətirmək ehtimalı olan obyektlərin qiymətləndirilməsinə tətbiqi ilə bağlıdır. Ona görə də qiymətləndirici ekspertlər çox zaman bu yanaşmanı investisiya və ya investorlar yanaşması adlanadırlar. Gəlir yanaşması investorun daha çox gəlir əldə etmək niyyəti ilə vəsait qoyuluşunun istiqamətləndirilməsi zamanı alternativ istiqamətlər içərisində daha çox gəlir gətirə bilən konkret variantın seçimi ilə bağlıdır.

15.2. Gəlir yanaşması əsasında qiymətləndirmənin aparılması mərhələləri

Gəlir yanaşmasında qiymətləndirmənin aparılması əsasən dörd mühüm mərhələdən ibarətdir. Həmin yanaşmaları ardıcılıqla nəzərdən keçirək. Bunlardan birincisi, müqayisə olunan obyektlərin icarəsi bazarında cari dərəcələrin təhlili əsasında ümumi potensial gəlirin

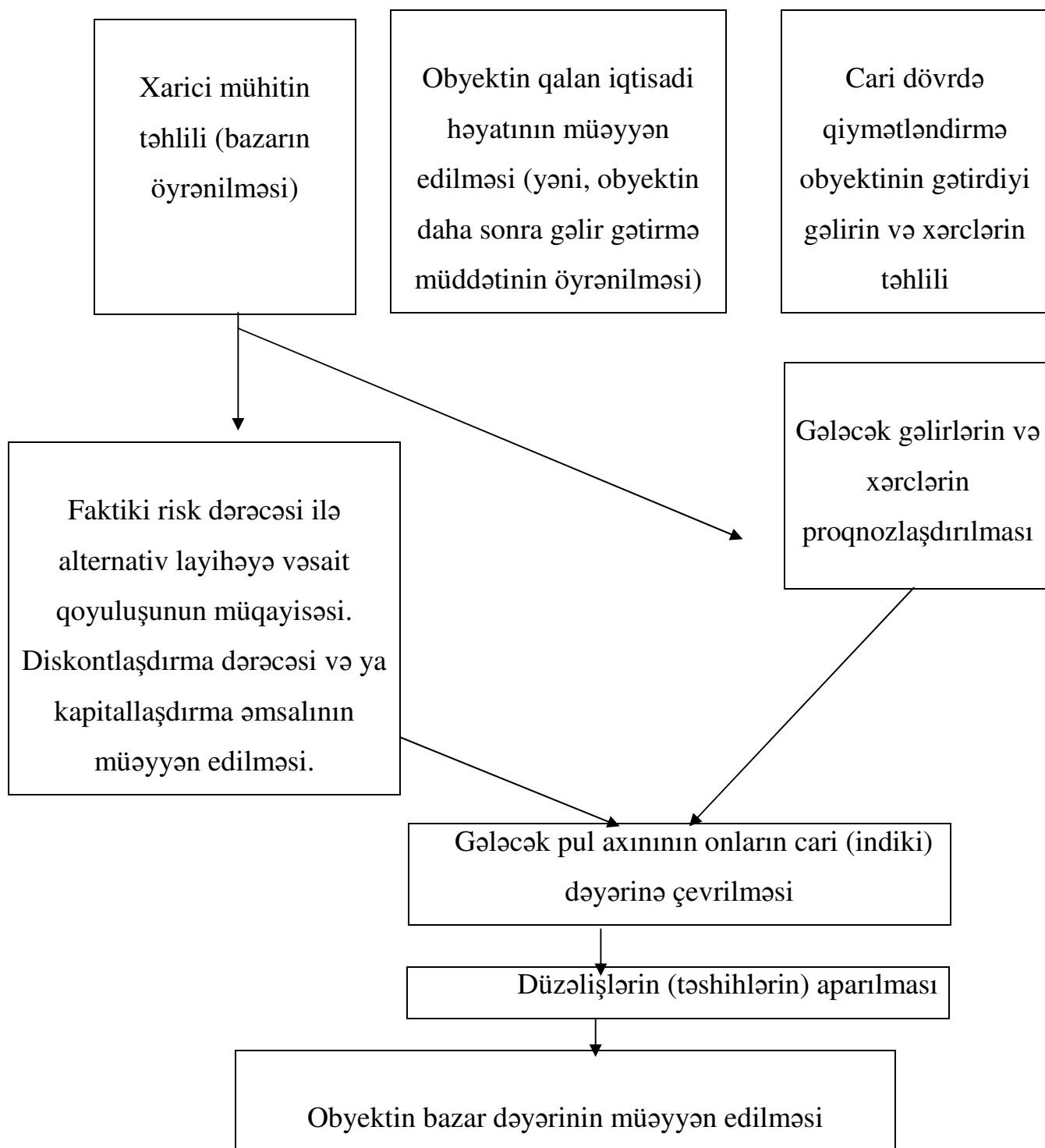
(ÜDQ) qiymətləndirilməsidir. Ümumi potensial gəlirin qiymətləndirilməsi göstəricisi adətən, optimal yaxud bazar dərəcəsi adlandırılır. Göründüyü kimi, bu yanaşmada birinci mərhələ əmlakın icarə cəzbediciliyi ilə əlaqələndirilir. İkinci mərhələ əmlak bazarının dinamikasının təhlili əsasında natamam yüklənmə və alınmamış icarə haqlarından itkilərin qiymətləndirilməsidir. Bu üsulla hesablanmış kəmiyyət ümumi gəlirdən çıxılır, yekun nəticə isə həqiqi ümumi gəlir hesab olunaraq uçota alınır. Üçüncü mərhələdə faktiki xərclərin tərkibi yaxud müvafiq bazarda tipik xərclərin həcmi təhlil olunaraq, qiymətləndirmə obyektinin istismarı üzrə xərclərin hesablanması məsələləri əhatə olunur. Beləliklə, hesablanmış kəmiyyət ümumi gəlirdən çıxılır. Əsas məsələ odur ki, bu mərhələdə xərc maddələrinə yalnız mülkiyyətin istismarı ilə bağlı olan məsrəflər aid edilir. İpoteka ödənişləri, faizlər və amortizasiya ayırmaları isə xərclərin tərkibinə daxil edilmir.

Sonuncu və dördüncü mərhələdə əvvəldə hesablanmış xalis əməliyyat gəliri (XƏG) bir sıra üsullarla obyektin cari dəyərinə çevrilir. Hazırda mövcud olan çevirmə üsulu müvafiq bazar haqqında ilkin informasiyanın keyfiyyətindən asılı olaraq müəyyənləşdirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, gəlir mövqeyindən yanaşma ümumi bazar məlumatları fonunda obyektə sahiblikdən daha yüksək bir mahiyyət daşıyaraq perspektiv və cari faydaları dəqiqliklə müəyyənləşdirməyə, onları müqayisə etməyə imkan verir. İstənilən qiymətləndirmə obyektinin dəyərinin birbaşa kapitallaşdırma, yaxud pul axınlarının diskontlaşdırılması metodları ilə hesablanması təcrübəsi təsdiqlənmişdir. Mövcud vəziyyətdən asılı olaraq, metodlardan birindən yaxud eyni vaxtda hər ikisindən istifadə etmək mümkündür.

Gəlir yanaşması barədə qeyd edilənlərin daha əyani şəkildə mənimsənilməsinə kömək məqsədilə aşağıdakı sxemi nəzərdən keçirək.

Gəlir yanaşması əsasında obyektin bazar dəyərinin müəyyən edilməsi



Göründüyü kimi, obyektin yəni biznesin (müəssisənin) bazar dəyərinin müəyyən edilməsi üçün gəlir yanaşması daha önəmlidir. Ona görə ki, onun tətbiqi zamanı aparılan hesablamaların mürəkkəbliyinə, habelə çoxsaylı informasiyaların əldə edilməsi çətinliyinə baxmayaraq, əldə olunan nəticə daha real və inandırıcı olur.

15.3. Gəlirlərin kapitallaşdırılması (birbaşa kapitallaşdırma) metodu.

Məlum olduğu kimi, gəlir yanaşmasının iki aparıcı metodu mövcuddur. Bunlardan biri gəlirlərin kapitallaşdırılması, digəri isə pul axınlarının diskontlaşdırılmasıdır. Hər iki metod tətbiq olunma istiqamətlərinin müxtəlifliyi ilə səciyyələnir. Yəni, gəlir mövqeyindən yanaşmanın hər hansı metodunun seçilməsi gözlənilən proqnozların təxmini nəticələri barədə təsəvvürlərdən asılıdır.

Gəlirin kapitallaşdırılması metodu ehtimal (gözləmə) prinsipinə əsaslanır və müəyyən əmsallar tətbiq edilməklə reallaşdırılır. Kapitallaşdırma əmsalı dedikdə, obyektin amortizasiya normasının əlavə edildiyi diskont dərəcəsi nəzərdə tutulur. Bütün hallarda xüsusilə də, gəlir yanaşmasında obyektin dəyəri onun yaxın gələcəkdə gətirə biləcəyi gəlirin səviyyəsi əsasında, yəni onun gəlirgətirmə ehtimalının əsaslandırılması istiqamətində müəyyən olunur.

Əmlakın qiymətləndirilməsinə gəlir yanaşması ilə başlayan qiymətləndirici əvvəlcə yanaşmanın hansı metodundan istifadə edilməsi barədə düşünür. Beləliklə, sifarişin mahiyyətindən və məqsədindən asılı olaraq qiymətləndirmədə hansı metodun tətbiqi məsələsi qətiləşdirilir. Qiymətləndirilən obyektin dəyərini onun potensial mənfəətliliyi baxımından müəyyənləşdirmək üçün önəmli olan metodlardan biri pul axınının birbaşa kapitallaşdırılması metodudur. Həmin metoddan ayrı-ayrı yanaşmaların tərkibindəki metodların tətbiqi prosesində də istifadə edilir. Qeyd edilməlidir ki, pul axını dedikdə, müəyyən dövr ərzində gəlirlərin, amortizasiya ayırmaları və balansın başqa maddələri üzrə sərbəstləşən vəsaitlərin məcmusu nəzərdə tutulur.

Bu metoda əsasən obyektin dəyəri qiymətləndirmədən sonrakı dövrdə gözlənilən nağd pul axınının (gəlirin) və dəyər arasındakı əlaqəni ifadə edən əmsala bölünməsi kimi hesablanır. Qiymətləndirmə təcrübəsində birbaşa kapitallaşdırılma metodu ilə obyektin dəyəri aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$D = G/K$$

burada, D- kapitallaşdırılma metodu ilə əmlakın dəyəri;

G – obyektin istifadəsindən maksimum mümkün olan gəlir;

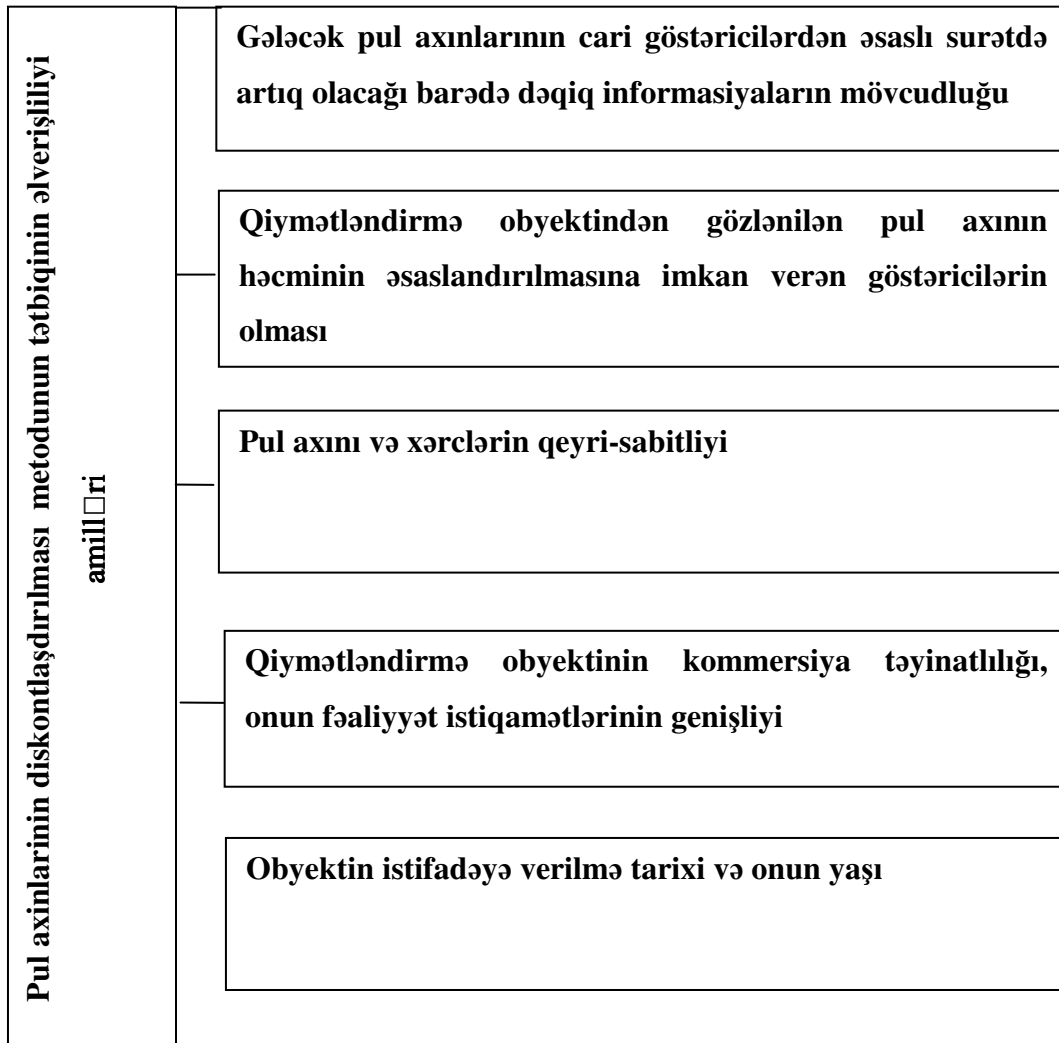
K - kapitallaşdırılma dərəcəsidir.

Qiymətləndirmənin ilkin mərhələlərindən etibarən əsas məqsəd kimi əmlakın icarəyə götürülməsi xassəsi qəbul olunur. Beləliklə, hesablamaların aparılması zamanı qiymətləndirilən obyektə müqayisə oluna bilən obyektlər təyinatı üzrə icarəyə verilərkən, onlardan ən yaxşı və səmərəli istifadə edilməsi, habelə, texniki vəziyyətləri nəzərə alınmaqla əldə olunan bazar icarə haqlarının təhlili əsas kimi qəbul olunur.

15.4. Pul axınlarının diskontlaşdırılması metodu

Pul axınlarının diskontlaşdırılması (PAD) metodu gəlirlərin birbaşa kapitallaşdırılması metodundan bir qədər mürəkkəb olmaqla, həm də, onun tətbiqi xassəsinə görə müəyyən xırdalıqlara malikdir. Bu onun qiymətləndirmə obyektindən əldə olunan gəlirin qeyri-sabitliyi şəraitində, habelə bu gəlirlərin özlərinə məxsus olan bəzi cəhətləri modelləşdirərək müəyyən edilməsinə imkan verməsi xüsusiyyətləri ilə izah oluna bilər.

Pul axınlarının diskontlaşdırılması metodunun hansı halda, harada və necə tətbiq edilməsi məsələsi qiymətləndiricinin qarşısında duran ümdə vəzifələrdən biridir. Bu cəhətlərə gələcək pul axınlarının cari göstəricilərdən kəskin fərqlənməsini, qiymətləndirmə obyektindən gözlənilən gələcək gəlirlərin həcmnin əsaslandırılması barədə informasiya təminatını, gözlənilən gəlir və xərclərin qeyri-sabitliyi, qiymətləndirmə obyektinin fəaliyyət istiqamətinin genişliyi və xüsusilə kommersiya təyinatlı olması aid edilə bilər. Qeyd olunanlar barədə təsəvvürün daha da əyaniləşdirilməsi üçün diskontlaşdırılmış pul axınları metodunun tətbiq edilməsinin məqsədəuyğunluğunu əyani əks etdirən sxemi nəzərdən keçirmək lazımdır.



PAD metodu vasitəsilə hesablamaların aparılması üçün proqnoz dövrünün uzunluğu müddəti, reversiya (son satışın dəyəri) da daxil olmaqla, pul axınının proqnoz artımı və diskontlaşdırma dərəcəsi göstəricilərinin olması labüddür. Bu zaman əmlakın dəyəri mütəmadi pul gəlirləri axınları ilə, reversiyanın cari dəyərinin cəmindən ibarət olacaqdır. Reversiya dedikdə, investisiya dövrünün sonuna investisiyaların qaytarılması barədə səliş məlumat nəzərdə tutulur.

Pul axınlarının diskontlaşdırılması metodunun bir neçə hesablama alqoritmələri vardır. Bunlardan biri proqnoz dövrünün müəyyən edilməsi məqsədilə uzunmüddətli proqnozlar üçün kifayət edə bilən informasiyaların olmasıdır. Beynəlxalq təcrübədə proqnoz dövrünün orta kəmiyyəti 5-10 il nəzərdə tutulur.

Qiymətləndiricinin başlıca məqsədi gəlir axınının qiymətləndirmə obyektindən ən yaxşı və ən səmərəli istifadə olunması əsasında müəyyənləşdirilməsidir. Ona görə də, reversiyanı da daxil etməklə, pul axını kütləsinin proqnozlaşdırılması üçün bir sıra göstəricilərin olması və tədbirlərin görülməsi də vacibdir. Bunlardan birincisi sifarişçi tərəfindən ötən dövr ərzində obyektin gəlirləri və xərcləri barədə təqdim olunan məlumatlar əsasında təhlillərin aparılması; ikincisi, qiymətləndirmə obyektinin cari vəziyyətinin, onun dəyişməsi gerçəkliklərinin araşdırılması; nəhayət üçüncüsü isə gəlirlər barədə tərtib olunan təkmil hesabatla istinad edərək gəlir və xərclərin proqnozlaşdırılmasıdır.

Gəlirin qaytarılma norması üzrə kapitallaşdırılması metodu gələcəkdə əldə olunacaq faydaları hər bir gələcək faydanın müvafiq qaytarılma normasına əsasən diskontlaşdırılması yolu ilə əmlakın cari dəyərinə çevirir. Bu metod gəlirin və əmlakın dəyərinin gözlənilən dəyişməsi barədə ehtimallara əsaslanır. Diskontlaşdırma proseduru investorun öz investisiyalarını geri qaytaracağını və investisiyalardan onu qane edən məbləğdə gəlir əldə edəcəyini nəzərdə tutur. Həmin prinsipə əsasən, qiymətləndirmə obyektinin bazar dəyəri obyekt üzərində sahiblikdən (yaxud başqa mülkiyyət hüquqlarından) əldə olunacaq gələcək faydaların (gələcək gəlir axınlarının) cari dəyəri kimi müəyyənləşdirilir.

Beləliklə, daşınmaz əmlak obyektinin dəyəri investorun kapitalın qaytarılmasına və ondan fayda əldə olunmasına tələbləri, habelə, pul vəsaitlərinin analoji riski olan alternativ istiqamətlərə yönəldilməsi imkanları nəzərə alınmaqla, gələcək pul axınlarının cari dəyərə çevrilmiş məbləği kimi ifadə olunur. Bu zaman reversiya dövrünün də nəzərə alınması vacib sayılır. Reversiya sahiblik dövrü başa çatdıqdan sonra obyektin satışından, yaxud bu dövrdən sonra da istifadə olunacağını planlaşdırılmasından asılı olmayaraq nəzərə alınmalıdır.

Proqnozlaşdırılan dövrün davamiyyətinin müəyyənləşdirilməsi mürəkkəb məsələdir. Bir tərəfdən, proqnozlaşdırılan dövr uzun olduqca, daha çox müşahidələr aparmaq imkanı yaranır və qiymətləndirilən obyektin yekun cari dəyəri riyazi baxımdan daha güclü əsaslandırılmış təsir bağışlayır. Digər tərəfdən, proqnozlaşdırılan dövr artdıqca, pul mədaxillərinin, xərclərin, inflyasiyanın sürətinin, pul vəsaitləri axınlarının konkret həcmələrinin proqnozlaşdırılması çətinləşir. Bir qayda olaraq, proqnozlaşdırılan dövrün müddəti konkret şəraiti nəzərə almaqla mövcud təcrübə və qiymətləndirmənin məqsədləri əsasında müəyyənləşdirilir.

Səmərəliliyin müəyyənləşdirilməsi zamanı gələcək xərclər və nəticələr hesablama dövrü çərçivəsində qiymətləndirilir. Bu dövrün davamiyyəti (hesablama üfqü) obyektin yaradılması, istismarı və zəruri hallarda ləğvi (satılması), nəzərdə tutulmuş mənfəət məbləğinə nail olunması üçün lazım olan vaxt çərçivəsində və investorun tələbləri əsasında

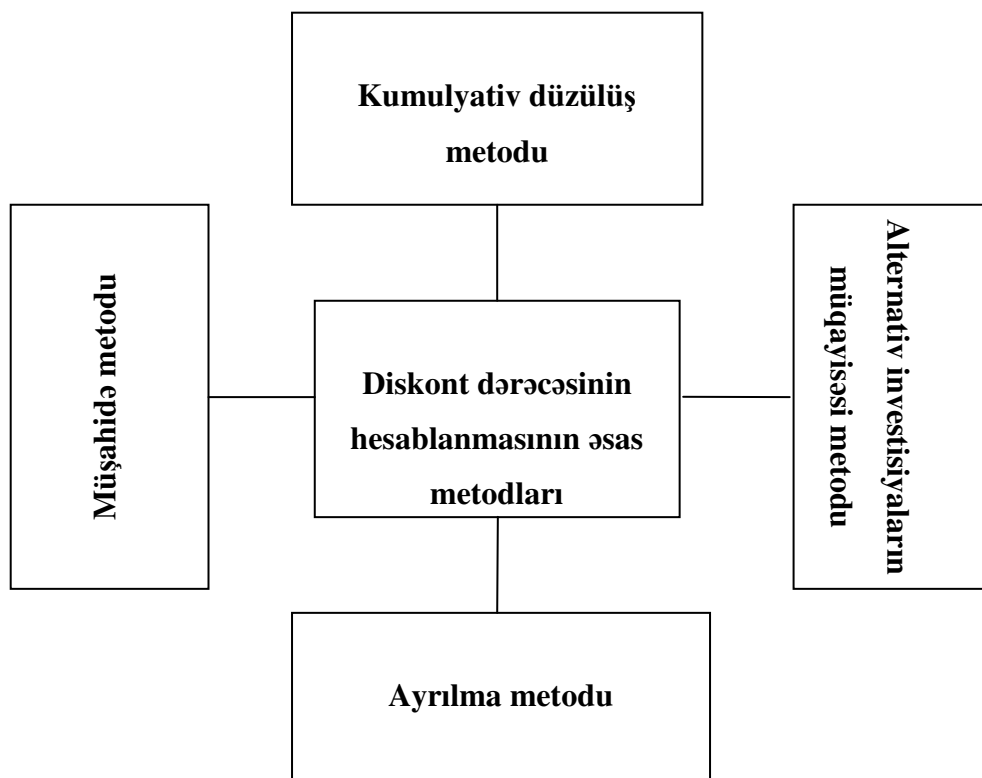
seçilir. Alınacaq dividendlərin səviyyəsinin qeyri-müəyyənliyini və çox zaman proqnozlaşdırılmasının çətinliyini nəzərə alaraq, hesablama üfününün bir qədər qısaldılması yəni 3-5 il arasında müəyyən edilməsi lazım gəlir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, bazar iqtisadiyyatı təşəkkül tapmış ölkələrdə qiymətləndirmə üçün proqnoz dövrü məqsəddən və konkret vəziyyətdən asılı olaraq 5 ildən 10 ilədək qəbul olunur. Bazar iqtisadiyyatına keçid dövrünü yaşayan ölkələrdə mövcud olan qeyri-sabitliyi, adekvat uzunmüddətli proqnozların tərtib olunmasının çətinliyini nəzərə alaraq, proqnoz müddəti bir qədər qısaldılır. İqtisadçıların fikrincə, Azərbaycan iqtisadiyyatının müasir vəziyyəti sabitliyin başlanılması və dinamik inkişaf dövrüdür. Belə şəraitdə proqnoz dövrünü bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş ölkələrdəki minimal müddətə (5 il) bərabər qəbul etmək də mümkündür.

Hesablama üfünü hesablama addımlarının sayı ilə ölçülür. Hesablama addımı həyata keçirildiyi cari mərhələdə layihənin sabitliyinə, əməliyyat fəaliyyətinin inkişafına, gəlirlərin alınması və xərclərin yerinə yetirilməsi tezliyinə, hesablamaların rahatlığına əsasən seçilir. Adətən, addım bir ilə bərabər qəbul olunur. Pul axınlarının diskontlaşdırılması metodunun tətbiqi ilk növbədə diskontlaşdırma dərəcəsinin müəyyən edilməsini tələb edir.

Diskont dərəcəsinin hesablanması məqsədilə istifadə olunan metodları sxematik olaraq nəzərdən keçirək.

Sxem 15.3



Bu metodların hər birinin tətbiqinin özünəməxsus yeri və əhəmiyyəti vardır.

“Diskontlaşdırma dərəcəsi” anlayışı Standartda “gələcəkdə alınan yaxud ödənilən pul məbləğinin cari dəyərinin hesablanması üçün istifadə edilən əmsal” kimi müəyyənləşdirilir. Beləliklə, diskontlaşdırma dərəcəsi gələcəkdə daxil olması ehtimal olunan mədaxillərin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə tətbiq edilir.

Daşınmaz əmlak qiymətləndirilərkən, diskontlaşdırma dərəcəsi investorun riskləri nəzərə almaqla, gələcəkdə gəlir əldə etmək məqsədilə kapital qoyuluşlarının səmərəlik əmsalını ifadə edir. Bu baxımdan, gözlənilən gəlirləri əsasən iki hissəyə bölmək olar. Bunlardan biri riskli, ikincisi isə risksiz gəlirlərdir.

Risk dedikdə, gələcək gəlirlərin əldə olunması ehtimalının əsaslılıq dərəcəsi başa düşülür. Pul vəsaitləri axınlarının proqnozlaşdırılması üçün risk proqnoz qiymətləndirmələrinin həyata keçməsi ehtimalı yaxud dərəcəsi, başqa sözlə, proqnozun reallaşdırılması istiqamətində sahibkarın daha inamlı, daha cəsarətli addımı kimi nəzərdən keçirilə bilər. Obyekt qiymətləndirilərkən diskontlaşdırma dərəcəsi kumulyativ düzülüş metodu ilə seçilə bilər. Bu metoda əsasən qəbul edilən risksiz gəlir normasına bazarın nəzərdən keçirilən sektoruna investisiya qoyuluşu riskinə görə gəlir norması və qeyri-likvidliyə görə düzəliş əlavə olunur.

Daşınmaz əmlak obyektlərinə vəsait qoyuluşunun riskləri iki növə bölünür. Birinci növə mütəmadi və qeyri-mütəmadi risklər, ikinciyə isə statik və dinamik risklər aiddir. Həmin risklərin illiustirativ görünüşünü əks etdirən sxemdən bunu daha aydın görmək olar.

Mütəmadi risklər (buna bəzən ümumi risklər də deyilir) bazarda üstünlük təşkil edir. Gəlir gətirən konkret mülkiyyətin dəyəri bazarda mövcud olan iqtisadi və institusional şəraitlə bağlı ola bilər. Bu riskə nümunə kimi bazarda çoxsaylı rəqabətli obyektlərin meydana çıxmasını, regionda əhalinin məşğulluğunu təmin edən sənaye müəssisəsinin bağlanması, ətraf mühitin mühafizəsi ilə əlaqədar olaraq məhdudiyyətlərin qoyulmasını və icarə haqqının səviyyəsinin sabitləşməsini göstərmək olar.

Qeyri-mütəmadi risk (bəzi ədəbiyyatlarda fərdi risk adlanır) – qiymətləndirmə obyekti ilə bağlı, müqayisəli obyektlərə aid olmayan riskdir. Qeyri-mütəmadi riskə misal olaraq, özüldə çatların əmələ gəlməsini, torpağın ictimai ehtiyaclar üçün alınmasını, icarə haqlarının ödənilməməsini, qurğunun yanğın nəticəsində dağılmasını, obyektin yaxınlığında onun fəaliyyəti ilə uyuşmayan istehsalat obyektinin olmasını və s. göstərmək olar.

Statik risk – hesablanması və sığorta təşkilatlarının üzərinə keçirilməsi mümkün olan riskdir. Statik risk üzrə düzəlişlər daşınmaz əmlakın yüksək kateqoriyalı sığorta şirkətlərində tam sığorta olunmasına görə sığorta ödənişlərinin məbləği ilə sığorta məbləğlərinin ödənilməməsi, yaxud tam məbləğdə ödənilməməsi riskinə görə hesablanır.

Dinamik risk “mənfəət yaxud sahibkarlıq şansının itirilməsi və iqtisadi rəqabət” kimi açıqlana bilər. Dinamik risk torpaqdan istifadə sistemində və obyektin xarici əlaqələrində dəyişikliklərlə bağlıdır. Rəqiblərin bazarda fəaliyyəti yaxud fəaliyyətsizliyi həm itkilərin, həm də əlavə mənfəətin yaranması ilə nəticələnə bilər.

15.5. Mürəkkəb faizin standart funksiyaları

Əmlakın qiymətləndirilməsi üçün aparılan hesablamalarda mürəkkəb faizlərdən geniş istifadə olunur və bu məqsədlə xüsusi hesablama cədvəlləri işlənib hazırlanmışdır. Bu cədvəllər 6 sütundan ibarətdir və onların hər birində pul vahidinin 6 funksiyası əsasında hesablanmış əmsallar göstərilir.

Bu cədvəllərdən istifadə olunduqda, dəyərin yaxud ödənişlərin məlum olan kəmiyyəti pulun 6 funksiyası əsasında hesablanmış müvafiq əmsala hasil edilir.

Qiymətləndirmə nəzəriyyəsində mürəkkəb faizin aşağıdakı 6 funksiyası fərqləndirilir:

- pul vahidinin gələcək dəyəri (amount of 1 at compound interest) (I sütun);
- dövr ərzində pul vahidinin toplanması (accumulation of 1 per period) (II sütun);
- bərpa fondunun amili (sinking fund factor) (III sütun);
- pul vahidinin cari dəyəri (present value reversion of 1) (IV sütun);
- annuitetin cari dəyəri (present value ordinary annuity 1 per period) (V sütun);
- pul vahidinin amortizasiyası üçün haqq (installment to amortize 1) (VI sütun).

1. Pul vahidinin gələcək dəyəri (S^n).

İnvestisiyalar üzrə gəlirlik dərəcələri müəyyənləşdirilərkən mürəkkəb faiz effektini, yəni əsas məbləğə daxil edilmiş faiz üzrə əlavə faizlərin hesablanması nəzərə alınmalıdır. Bunun üçün xüsusi cədvəlin 1-ci sütunundakı müvafiq əmsaldan istifadə olunur. Bu əmsal aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$S^n = (1 + i)^n$$

Burada:

n

S - depozitə qoyulmuş 1 şərti vahidin n dövrdən sonrakı məbləği;

1 - şərti vahid;

i - faiz dərəcəsi;

n - dövrlərin sayıdır.

Məsələn, ildə 9 % ödənilmək şərtilə 7 il müddətinə deponentə qoyulmuş 3200 şərti vahidin bu müddət başa çatdıqdan sonrakı dəyərini müəyyənləşdirmək üçün bu məbləğ həmin dövrdə 1 şərti vahidin dəyişməsinə ifadə edən müvafiq əmsala - 1,828039 – hasil olunmalıdır. Nəticədə, 3200 şərti vahidin 7 ildən sonrakı dəyərinin 5849,7 (3200 kv.m x 1,828039) şərti vahidə bərabər olacağını hesablaya bilərik.

2. Dövr ərzində pul vahidinin toplanması (S_n) (II sütun) deponentləşdirilmiş bərabər məbləgli ödənişlər (annuitet) seriyasının başa çatmış dövrün sonundakı dəyərini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Annuitetin gələcək dəyəri əmsalı (S_n) aşağıdakı düstur əsasında hesablanır:

$$S_n = \frac{(1 + i)^n - 1}{i}$$

Burada:

S_n - depozitin məbləği;

n - dövrlərin sayı;

i - faiz dərəcəsidir.

Məsələn, ildə 11% hesablanmaqla 8 il müddətində 510 şərti vahid məbləğində bərabər ödənişlər şəklində daxil olan pul gəlirləri axınının bu dövrün sonundakı gələcək dəyərini hesablamaq üçün göstərilən məbləğ müvafiq əmsala hasil olunmalıdır. Yəni, 510 ş.v. x 11,859434 (11%, 8 il) = 6048,3 şərti vahid.

3. Bərpa fondunun amili əmsalı (SFF) müəyyən müddətdən sonra proqnozlaşdırılan məbləğin toplanılması üçün hər dövrün sonunda deponentləşdirilməsi tələb olunan məbləği

ifadə edir. Bu əmsal dövr ərzində pul vahidinin toplanması əmsalının tərsidir və aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$SFF = \frac{1}{S_n} = \frac{i}{S - 1} = \frac{i}{(1+i)^n - 1}$$

Burada:

S_n - depozitin məbləği;

n - dövrlərin sayı;

i - faiz dərəcəsidir

Məsələn, vəsaitlərini ildə 6% ödənilməsi şərti ilə 9 il müddətinə depozitə qoyan investor dövr başa çatdıqdan sonra hesabında 12600 şərti vahidin toplanılmasını istəyirsə, onun hesaba bərabər pul köçürmələrinin məbləği nə qədər olmalıdır? Bunun üçün cədvəlin 3-cü sütunundakı müvafiq əmsal hesabda toplanılması tələb olunan məbləğə hasil olunmalıdır, yəni $12600 \text{ ş.v.} \times 0,0870222 = 1096,5$ şərti vahid.

n

4. **Pul vahidinin cari dəyəri (V)** gələcəkdə birdəfəyə daxil olması proqnozlaşdırılan ödənişin məbləği və diskont dərəcəsi məlum olduqda, həmin daxilolmanın cari dəyərini hesablamaq üçün istifadə olunan əmsaldır.

Pul vahidinin cari dəyəri əmsalı pul vahidinin gələcək dəyəri əmsalının tərsidir, yəni:

$$V = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{S_n}$$

Məsələn, investisiya qoyuluşundan ildə 10% gəlir əldə edib, daşınmaz əmlakı 2 ildən sonra 10000 şərti vahidə satmaq niyyətində olan investor hazırda bu əmlaka görə neçə şərti vahid ödəməlidir? Xüsusi cədvəldən görürük ki, bu məbləğ 8264,46 (2 il, 10%) şərti vahid ($0,826446 \times 0,10$) olmalıdır.

5. **Annuitetin cari dəyəri (a_n)** daşınmaz əmlakın mülkiyyətçisi onu icarəyə verib, “n” dövr ərzində müəyyən məbləğdə icarə haqqı almaq niyyətində olduğu hallarda hesablanır.

Gələcək pul gəlirləri axınının cari dəyərini ayrı-ayrı ödənişlərin cari dəyərinin cəmi kimi hesablamaq mümkün olsa da, bu işi **a_n** annuitet əmsalından (yaxud İnnvud əmsalından) istifadə etməklə asanlaşdırmaq mümkündür.

Məsələn, 5 il ərzində, hər ilin sonunda annuitet şəklində daxil olan 750 şərti vahidin müddət başa çatdıqdan sonra toplanacaq məbləğini qiymətləndirmək lazımdır. Diskont dərəcəsi 10 faizdir. Bunun üçün hər bir il üzrə bu məbləğin cari dəyərini hesablamaq və alınmış nəticələri toplamaq lazımdır. Hesablama aşağıdakı kimi aparılmalıdır:

1-ci il - 681,8 ş.v. ($750 \text{ ş.v.} \times 0,909091$);

2-ci il - 619,8 ş.v. ($750 \text{ ş.v.} \times 0,826446$);

3-cü il - 563,5 ş.v. ($750 \text{ ş.v.} \times 0,751315$);

4-cü il - 512,3 ş.v. ($750 \text{ ş.v.} \times 0,683013$);

5-ci il - 465,7 ş.v. ($750 \text{ ş.v.} \times 0,620921$).

Yekun - 2843,1 şərti vahid.

Annuitetin cari dəyəri əmsalından istifadə olunduqda isə, bu göstərici müvafiq cədvəlin 5-ci sütunundakı əmsalın annuitetin məbləğinə hasil olunması ilə asanlıqla hesablanı bilər yəni, $750 \text{ ş.v.} \times 3,79079 (10\%, 5 \text{ il}) = 2843,1 \text{ şərti vahid}$. Başqa sözlə, 5 il ərzində annuitet şəklində alınaraq toplanılan 3750 şərti vahidə ($750 \text{ ş.v.} \times 5 \text{ il}$) görə cari vaxtda 2843,1 şərti vahidin sərf olunması iqtisadi baxımdan düzgün addımdır.

Göstərilən əmsal pul vahidinin n sayda dövrlər ərzindəki əmsallarının cəmi kimi, aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$a_n = \sum_{t=1}^n \frac{1}{(1+i)^t} = \frac{1 - \frac{1}{(1+i)^n}}{i}$$

6. Pul vahidinin amortizasiyası üçün haqq annuitetin cari dəyəri göstəricisinin tərsidir və kredit üzrə ödənilən faizi, habelə onun əsas məbləğinin qaytarılan hissəsini birləşdirən, vaxtaşırı yerinə yetirilən ödənişlərin məbləğini əks etdirir. **Amortizasiya** - müəyyən müddətdə kreditin geri qaytarılması (ləğvi) prosesidir.

Bu əmsaldan kredit bərabər məbləğlərlə geri qaytarılarkən, hər bir ödənişin məbləğini hesablamaq üçün geniş istifadə olunur. Ödənişlərin məbləği kredit üzrə faizin dərəcəsiindən və kreditləşdirmənin müddətindən asılıdır. Kredit üzrə faiz yüksək, kreditin müddəti qısa olduqca ödənişin məbləği artır, əks halda isə, azalır. Ödənişlərin ümumi məbləği kreditin müqavilədə razılaşdırılmış müddət ərzində qaytarılmasını təmin etməlidir. Bu kəmiyyətin hesablanması üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$\frac{1}{a_n} = \frac{i}{1 - V^n} = \frac{i}{1 - \frac{1}{(1+i)^n}}$$

Misal. 12 il müddətinə, ildə 6% ödənilməklə kreditə götürülmüş 6800 şərti vahidin vaxtında, tam məbləğdə kreditə qaytarılması üçün il ərzində yerinə yetirilməli olan ödənişlərin məbləğini hesablamaq tələb olunur. Bunun üçün alınmış kreditin məbləği cədvəldən götürülən müvafiq əmsala (0,1192770) hasil olunur və nəticədə, borclunun hər il 811,1 şərti vahid ödəməli olduğu müəyyənləşdirilir. Bu kəmiyyətə kreditlər üzrə hər ilin sonunda ödənilən faizlər və kreditin əsas məbləğinin bir hissəsi daxildir. Özü də, müddət keçdikcə, ödənilən faizlər və kreditin əsas məbləğinin geri qaytarılan hissəsi arasında nisbət dəyişir. Bunu aşağıdakı cədvəldən görmək olar.

İllər	Ödənilən məbləğ	o cümlədən:		İlin sonuna kreditin qalığı
		Faizlər	Əsas məbləğ	
1	811	408	403	6397
2	811	384	427	5970
3	811	358	453	5517
4	811	331	480	5037
5	811	302	509	4528
6	811	272	539	3989

7	811	239	572	3417
8	811	205	606	2811
9	811	168	643	2168
10	811	130	681	1487
11	811	89	722	765
12	811	46	765	0

Yuxarıda göstərilən əmsallara əsaslanaraq belə qənaətə gəlmək olar ki, mürəkkəb faiz funksiyalarından konkret məsələlərin həlli üçün istifadə olunması əslində pul axınlarının məlum olan kəmiyyətlərinin müvafiq əmsala hasil edilməsi deməkdir.